

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 19.02.2024 11:53:53

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

**B&D**

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

**РАССМОТРЕНО**

на Ученом Совете АНО ВО «Институт  
бизнеса и дизайна  
Протокол № 03-23

от « 29 » июня 2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

**Ректор**

от « 29 » июня 2023 г.



## **Основная профессиональная образовательная программа высшего образования**

**(общая характеристика)**

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

**«Маркетинговые коммуникации»**

Уровень **бакалавриат**

Форма обучения

**Очная, очно-заочная, заочная**

Москва 2023

## Лист согласования

**Образовательная программа высшего образования**

**АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»**

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

Направленность (профиль): **Маркетинговые коммуникации**

Уровень: **Бакалавриат**

Ректор АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»



С.С. Юров

СОГЛАСОВАНО

Генеральный директор КСРК ВОС  
организации-партнера  
сетевой формы обучения  
«20» июня 2023 г.



В.П. Баженов

СОГЛАСОВАНО

Представитель от работодателей,  
рецензент ОПОП, руководитель отдела  
маркетинга ООО «Мастер Франшизы»  
«20» июня 2023 г.



С. В. Инглизян

# СОДЕРЖАНИЕ

## РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»

1.3. Перечень сокращений

## РАЗДЕЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с Федеральным государственным образовательным стандартом

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

## РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»

## РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

## РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Структура образовательной программы

5.2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы

5.2.1. Учебный план с формами аттестаций

5.2.2. Календарный учебный график

5.2.3. Рабочие программы дисциплин и практик с оценочными и методическими материалами

5.3.4. Программа Государственной итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами

## РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

6.1. Общесистемные условия реализации программы бакалавриата

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы бакалавриата

6.3. Кадровые условия реализации программы бакалавриата

6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы

6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата

## РАЗДЕЛ 7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

7.1. Рабочая программа воспитания

7.2 Календарный план воспитательной работы

**Приложения(1-7):**

1. Учебный план с формами аттестаций

2. Календарный учебный график

3. Рабочие программы дисциплин с оценочными и методическими материалами

4. Рабочие программы практик с оценочными и методическими материалами

5. Программа Государственной итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами

6. Рабочая программа воспитания

7. Календарный план воспитательной работы

## **РАЗДЕЛ 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программ**

Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации» представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки и с учетом требований рынка труда.

Образовательная программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных дисциплин, иных компонентов, оценочных и методических материалов, а также рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации.

При разработке и утверждении основной профессиональной образовательной программы учитывалось мнение представителей работодателей.

Основная профессиональная образовательная программа 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению подготовки.

В области обучения целью образовательной программы по направлению подготовки является формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику работать в избранной области и (или) сфере профессиональной деятельности и быть успешным на рынке труда.

В области воспитания целью образовательной программы по направлению подготовки является развитие у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбию, ответственности, самостоятельности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели.

Обучение по данной образовательной программе ориентировано на удовлетворение потребностей в высококвалифицированных кадрах рынка труда Москвы, Московской области и Российской Федерации в целом.

Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривает возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

### **1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»**

Нормативную правовую базу разработки данной программы составляют:

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ (с изменениями и дополнениями);
2. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. N 245 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры";

3. Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 года № 512 (далее – ФГОС ВО);

4. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» от 29.06.2015г № 636;

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

6. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.09.2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;

7. 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. № 535н;

8. Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н;

9. Устав АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;

10. Локальные акты АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

### **1.3. Перечень сокращений**

з.е. – зачетная единица

ОВЗ – лица с ограниченными возможностями здоровья

ОПК – общепрофессиональные компетенции

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

ПД – профессиональная деятельность

ПК – профессиональная компетенция

ПС – профессиональный стандарт

СМИ – средства массовой информации

УК – универсальные компетенции

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования

## **РАЗДЕЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

### **2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

**Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, 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);

сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования

и полученных компетенций требованиям к квалификации работника, предъявляемым соответствующими профессиональными стандартами.

**Типы задач профессиональной деятельности выпускников:**

- организационный
- маркетинговый.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- 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
- процессы реализации управленческих решений в организациях различных организационно-правовых форм, в органах государственного и муниципального управления;

**2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО**

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации» представлены в таблицах:

№ пп/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. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
08. Финансы и экономика		
2.	08.035 Маркетолог	Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. N 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный N 51397)

**Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»**

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	В	Организация распространения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6

продукции средств массовой информации				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
08.035 Маркетолог	А	Технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	6	Подготовка к проведению маркетингового исследования	А/01.6	6
				Проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	А/02.6	6

### 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации 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 и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности.
08 Финансы и экономика	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	организации различной организационно-правовой формы, включая государственные и общественные учреждения
	маркетинговый	Разработка и реализация стратегий, инструментов и процессов, направленных на эффективное продвижение продуктов, услуг или идей на рынке, а также на установление и поддержание взаимодействия с потребителями	Различные аспекты связанные с планированием, реализацией и анализом маркетинговых коммуникаций



### **РАЗДЕЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ - ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»**

**Объем программы бакалавриата** составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

**Реализуемая форма обучения:** очная, очно-заочная, заочная.

**Срок получения образования по программе бакалавриата:**

- по очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения Государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4 года.

- по очно-заочной и заочной формам обучения увеличивается на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения и составляет 4 года 6 месяцев.

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

**Требования к абитуриенту**

Требования к поступающим определяются действующим приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 21 августа 2020 г. N 1076 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»

К освоению образовательных программ допускаются лица, имеющие среднее общее образование или профессиональное образование (среднее профессиональное образование, высшее образование).

Прием на обучение по программам бакалавриата для лиц, поступающих на базе среднего общего образования, производится по результатам Единого государственного экзамена. Прием на обучение по программам бакалавриата для лиц, поступающих на базе профессионального образования (среднее профессиональное образование, высшее образование), производится по результатам вступительных испытаний, проводимых АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» самостоятельно.

Поступающие с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на обучение по адаптированным образовательным программам предъявляют документ, подтверждающий ограниченные возможности здоровья (заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данному направлению подготовки, содержащее информацию о необходимых специальных условиях обучения).

Поступающие из числа инвалидов при поступлении на обучение по адаптированным образовательным программам предъявляют документ, подтверждающий инвалидность (индивидуальную программу реабилитации и абилитации (ИПРА), с рекомендацией об обучении по данному направлению подготовки, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов труда.

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» обеспечивает проведение вступительных испытаний для поступающих из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

При необходимости создания специальных условий при проведении вступительных испытаний лица с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды представляют документ, подтверждающий ограниченные возможности здоровья или инвалидность, требующие создания указанных условий.

## РАЗДЕЛ 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 38.03.02 «МЕНЕДЖМЕНТ», НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА»

### 4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные программой бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации»

#### 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими универсальными компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенций
<b>УК-1</b> Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<b>УК-1.1</b> Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	<b>Знает:</b> способы и методы поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи <b>Умеет:</b> выполнять поиск необходимой информации, критически ее анализировать и обобщать результаты анализа для решения поставленной задачи <b>Владеет:</b> навыком поиска необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи
	<b>УК-1.2</b> Использует системный подход для решения поставленных задач	<b>Знает:</b> системный подход для решения поставленных задач <b>Умеет:</b> применять системный подход для решения поставленных задач <b>Владеет:</b> навыком применения системного подхода для решения поставленных задач
<b>УК-2</b> Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<b>УК-2.1</b> Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	<b>Знает:</b> основы целеполагания и принципы достижения целей <b>Умеет:</b> формулировать задачи проекта, отражающие последовательность достижения цели <b>Владеет:</b> способами целеполагания и методами постановки цели проекта и определения соответствующих задач
	<b>УК-2.2</b> Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	<b>Знает:</b> методологию выбора оптимальных способов решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения <b>Умеет:</b> определять круг задач, планировать и выбирать пути их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений <b>Владеет:</b> способами решения конкретных задач в профессиональной деятельности, исходя из действующих норм, имеющихся ресурсов
<b>УК-3</b> Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<b>УК-3.1</b> Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели	<b>Знает:</b> формы, виды и функции стратегий сотрудничества для достижения поставленной цели <b>Умеет:</b> определять и устанавливать разные виды коммуникации, используя стратегии сотрудничества <b>Владеет:</b> навыком социального взаимодействия и стратегиями взаимного сотрудничества для достижения поставленной цели
	<b>УК-3.2</b> Взаимодействует с другими членами команды	<b>Знает:</b> способы взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи

	для достижения поставленной задачи	<b>Умеет:</b> взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи <b>Владеет:</b> навыком взаимодействия с другими членами команды для достижения поставленной задачи
<b>УК-4</b> Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (-ых) языке (ах)	<b>УК-4.1</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке	<b>Знает:</b> нормы и методы обмена деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации <b>Умеет:</b> находить, воспринимать и использовать информацию на государственном, полученную из печатных и электронных источников для решения стандартных коммуникативных задач; использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации <b>Владеет:</b> технологиями построения деловой коммуникации на государственном языке
	<b>УК-4.2</b> Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах не менее чем на одном иностранном языке	<b>Знает:</b> основы письменной и устной речи на иностранном языке <b>Умеет:</b> находить, воспринимать и использовать информацию на иностранном языке <b>Владеет:</b> технологиями построения деловой коммуникации на иностранном языке
	<b>УК-4.3</b> Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	<b>Знает:</b> основные информационно-коммуникативные средства, используемые в профессиональной деятельности <b>Умеет:</b> использовать современные средства коммуникации в информационной среде <b>Владеет:</b> информационно-коммуникативными технологиями в профессиональной деятельности
<b>УК-5</b> Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<b>УК-5.1.</b> Анализирует современное состояние общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития	<b>Знает:</b> способы и методы анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития <b>Умеет:</b> анализировать современное состояние общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития <b>Владеет:</b> навыком анализа современного состояния общества на основе знаний об этапах и закономерностях его социально-исторического развития
	<b>УК-5.2.</b> Интерпретирует проблемы современности с позиции философских знаний	<b>Знает:</b> философские и этические концепции различных культурных кластеров <b>Умеет:</b> интерпретировать проблемы современности с учетом многообразия философских и этических концепций <b>Владеет:</b> способами выявления проблем общества, учитывая их философские и этические истоки
	<b>УК-5.3.</b> Демонстрирует понимание особенностей межкультурного взаимодействия, обусловленных различием этических, религиозных и ценностных систем представителей различных этносов и конфессий	<b>Знает:</b> особенности межкультурного взаимодействия, обусловленных различием этических, религиозных и ценностных систем представителей различных этносов и конфессий <b>Умеет:</b> осуществлять профессиональную деятельность с учетом особенностей межкультурного взаимодействия, обусловленных различием этических, религиозных и ценностных систем представителей различных этносов и конфессий <b>Владеет:</b> навыком осуществления профессиональной деятельности с учетом особенностей межкультурного взаимодействия, обусловленных различием этических, религиозных и ценностных систем представителей различных этносов и конфессий
<b>УК-6</b> Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе	<b>УК-6.1.</b> Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно планирует собственное время	<b>Знает:</b> способы и методы адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени <b>Умеет:</b> адекватно оценивать временные ресурсы и ограничения и эффективно планировать собственное время

принципов образования в течение всей жизни		<b>Владеет:</b> навыком адекватного оценивания временных ресурсов и ограничений и эффективного планирования собственного времени
	<b>УК-6.2.</b> Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации	<b>Знает:</b> способы и методы планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Умеет:</b> планировать траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации <b>Владеет:</b> навыком планирования траектории своего профессионального развития и предпринимает шаги по её реализации
<b>УК-7</b> Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<b>УК-7.1.</b> Рассматривает нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной и профессиональной деятельности	<b>Знает:</b> нормы здорового образа жизни <b>Умеет:</b> применять нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной и профессиональной деятельности <b>Владеет:</b> навыком применения норм здорового образа жизни как основы для полноценной социальной и профессиональной деятельности
	<b>УК-7.2.</b> Выбирает и использует здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности	<b>Знает:</b> здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности <b>Умеет:</b> применять здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности <b>Владеет:</b> навыком применения здоровьесберегающих приемов физической культуры для укрепления организма в целях осуществления полноценной профессиональной и другой деятельности
<b>УК-8</b> Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и 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	<b>УК-8.1.</b> Применяет теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды	<b>Знает:</b> теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды <b>Умеет:</b> применять теоретические и практические знания и навыки в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды <b>Владеет:</b> навыком применения теоретических и практических знаний и навыков в бытовой и профессиональной сфере для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности и сохранения природной среды
	<b>УК-8.2.</b> Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов	<b>Знает:</b> основные необходимые оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов <b>Умеет:</b> осуществлять оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов <b>Владеет:</b> навыком осуществления оперативных действий по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов
<b>УК-9</b> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<b>УК-9.1</b> Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	<b>Знает:</b> базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике <b>Умеет:</b> анализировать и применять в различных областях жизнедеятельности показатели развития национальной экономики и социальной сферы, цели, методы и инструменты государственного воздействия на экономику

		<b>Владеет:</b> способностью анализировать определять приоритетные направления социально-экономической политики государства
<b>УК-10</b> Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	<b>УК-10.1.</b> Демонстрирует способность анализировать причины и условия возникновения экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, а также оценивать негативные последствия их проявлений	<b>Знает:</b> причины и условия, способствующие возникновению явлений экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, а также негативные последствия их проявлений <b>Умеет:</b> анализировать причины и условия возникновения экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, а также оценивать негативные последствия их проявлений <b>Владеет:</b> способностью анализировать причины и условия возникновения экстремизма, терроризма и коррупционного поведения, а также оценивать негативные последствия их проявлений
	<b>УК-10.2.</b> Демонстрирует знание правовых норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению и применяет их в профессиональной деятельности	<b>Знает:</b> законодательство РФ и правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению и порядок их применения в профессиональной деятельности <b>Умеет:</b> правильно трактовать и применять нормативно-правовые акты о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению и применять их в профессиональной деятельности <b>Владеет:</b> навыком правильной трактовки и применения в процессе осуществления профессиональной деятельности нормативно-правовых актов о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению

#### 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
<b>ОПК-1</b> 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>ОПК-1.1</b> Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<b>Знает:</b> отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>Умеет:</b> выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ <b>Владеет:</b> навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	<b>ОПК-1.2</b> 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>Знает:</b> особенности спроса медиатекстов и медиапродуктов, различных медиасегментов и платформ, и их отличительные черты, особенности норм русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. <b>Умеет:</b> подготавливать тексты 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>Владеет:</b> навыком грамотной подготовки и подачи текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
		иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
<b>ОПК-2</b> Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	<b>ОПК-2.1</b> Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<b>Знает:</b> систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития <b>Умеет:</b> применять в процессе осуществления профессиональной деятельности знания о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденции развития <b>Владеет:</b> пониманием структуры систем общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
	<b>ОПК-2.2</b> Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	<b>Знает:</b> основные тенденции развития общественных и государственных институтов и необходимость их учета при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов <b>Умеет:</b> учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов <b>Владеет:</b> способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
<b>ОПК-3</b> Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<b>ОПК-3.1</b> Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	<b>Знает:</b> основы истории возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью <b>Умеет:</b> интерпретировать исторические факты в области рекламных и PR-коммуникаций с социальной, культурной и коммуникационной точек зрения <b>Владеет:</b> информацией о формах влияния рекламы и связей с общественностью на развитие общества
	<b>ОПК-3.2</b> 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>Знает:</b> достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности и необходимость их учета в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. <b>Умеет:</b> применять 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>Владеет:</b> навыком применения достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-4</b> Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<b>ОПК-4.1</b> Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<b>Знает:</b> запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий <b>Умеет:</b> анализировать запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методы выявления этих ожиданий <b>Владеет:</b> навыком анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп с точки зрения психологии массовой коммуникации, их особенности и их информационные ожидания, а так же методов выявления этих ожиданий

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
	<b>ОПК-4.2</b> 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>Знает:</b> 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>Умеет:</b> грамотно использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеет:</b> навыками применения инструментария, приемов и технологий поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учета основных характеристик целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-5</b> 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>ОПК-5.1</b> Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<b>Знает:</b> совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Умеет:</b> применять в профессиональной деятельности совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях <b>Владеет:</b> навыком применения в профессиональной деятельности совокупностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	<b>ОПК-5.2</b> Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<b>Знает:</b> свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>Умеет:</b> осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы <b>Владеет:</b> навыком осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>ОПК-6</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<b>ОПК-6.1</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<b>Знает:</b> необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности <b>Умеет:</b> отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение <b>Владеет:</b> навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
	<b>ОПК-6.2</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение	<b>Знает:</b> технологию применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
	на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Умеет:</b> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов <b>Владеет:</b> навыком применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
<b>ОПК-7</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<b>ОПК-7.1</b> Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	<b>Знает:</b> типовые эффекты профессиональной деятельности в области рекламы и PR, принципы социальной ответственности <b>Умеет:</b> учитывать социально-психологические последствия рекламы и PR и следовать принципам социальной ответственности в своей профессиональной деятельности <b>Владеет:</b> навыками внедрения принципов социальной ответственности в профессиональную деятельность
	<b>ОПК-7.2</b> Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	<b>Знает:</b> методы и способы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом <b>Умеет:</b> осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом <b>Владеет:</b> навыками осуществления отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

#### 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими **профессиональными** компетенциями, способствующими подготовке к решению задач профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции были определены АНО ВО «Институт бизнес и дизайна» самостоятельно, на основе профессиональных стандартов:

- «Маркетолог», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. N 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный N 51397), соответствующего профессиональной деятельности выпускников;

- «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н.



Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
<b>Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый</b>		
<b>ПК-1</b> Способен осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий	<b>ПК-1.1.</b> Планирует и организует сбор маркетинговой информации	<b>Знает:</b> инструментарий планирования и организации сбора маркетинговой информации <b>Умеет:</b> осуществлять планирование и организацию сбора маркетинговой информации <b>Владеет:</b> навыком планирования и организации сбора маркетинговой информации
	<b>ПК-1.2.</b> Обрабатывает и анализирует маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	<b>Знает:</b> основные принципы и методы обработки и анализа маркетинговой информации с использованием информационно-коммуникационных технологий <b>Умеет:</b> обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий <b>Владеет:</b> способностью обрабатывать и анализировать маркетинговую информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий
	<b>ПК-1.3.</b> Готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	<b>Знает:</b> методологию написания и оформления отчетов по результатам маркетинговых исследований <b>Умеет:</b> писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований <b>Владеет:</b> способностью писать и оформлять отчет по результатам маркетинговых исследований
	<b>ПК-1.4.</b> Интерпретирует результаты маркетинговых исследований для дальнейшего использования в профессиональной деятельности	<b>Знает:</b> методологию интерпретации результатов маркетинговых исследований для дальнейшего использования в профессиональной деятельности <b>Умеет:</b> интерпретировать результаты маркетинговых исследований, выявлять основные тренды, закономерности и зависимости в данных, делать ключевые выводы и рекомендации на основе полученных результатов <b>Владеет:</b> навыком интерпретации результатов маркетинговых исследований для дальнейшего использования в профессиональной деятельности
<b>ПК-2</b> Способен участвовать в разработке и продвижении товаров (услуг)	<b>ПК-2.1.</b> Участвует в разработке мер по внедрению и продвижению на рынок товаров (услуг)	<b>Знает:</b> инструментарий разработки мер по внедрению и продвижению на рынок товаров (услуг) <b>Умеет:</b> разрабатывать меры по внедрению и продвижению на рынок товаров (услуг) <b>Владеет:</b> навыком разрабатывать меры по внедрению и продвижению на рынок товаров (услуг)
	<b>ПК-2.2.</b> Разрабатывает и реализует комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)	<b>Знает:</b> методологию разработки и реализации комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) <b>Умеет:</b> разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) <b>Владеет:</b> способностью разрабатывать и реализовывать комплекс мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг)
<b>ПК-3</b> Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>ПК-3.1.</b> Разрабатывает систему маркетинговых коммуникаций в организации	<b>Знает:</b> инструментарий разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации <b>Умеет:</b> разрабатывать систему маркетинговых коммуникаций в организации <b>Владеет:</b> навыком разработки системы маркетинговых коммуникаций в организации
	<b>ПК-3.2.</b> Определяет каналы и инструменты коммуникации с потребителями товаров и услуг организации	<b>Знает:</b> технологию формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации <b>Умеет:</b> формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг организации <b>Владеет:</b> способностью формировать каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг организации

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты освоения компетенции
	<b>ПК-3.3.</b> Осуществляет подготовку рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций	<b>Знает:</b> теоретические и практические аспекты подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений <b>Умеет:</b> подготавливать рекомендации по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений <b>Владеет:</b> навыком подготовки рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационный</b>		
<b>ПК-4</b> Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>ПК-4.1.</b> Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	<b>Знает:</b> функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий <b>Умеет:</b> выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий <b>Владеет:</b> навыком выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	<b>ПК-4.2.</b> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<b>Знает:</b> методы и технологии реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий <b>Умеет:</b> осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии <b>Владеет:</b> тактического планирования в рамках реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	<b>ПК-4.3.</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<b>Знает:</b> технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации <b>Умеет:</b> ориентироваться в сложностях создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, особенности внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации <b>Владеет:</b> навыком создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, поддержки коммуникаций, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации

## РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 5.1. Структура образовательной программы

2.1. Структура программы бакалавриата включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е. в соответствии с требованиями ФГОС ВО	Объем программы бакалавриата в з.е., установленный ОПОП
Блок 1	Дисциплины (модули)	Не менее 165	201
Блок 2	Практика	Не менее 27	30
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9	9
Объем программы бакалавриата		240	240

Программа бакалавриата обеспечивает:

- реализацию дисциплин (модулей) по философии, иностранному языку, безопасности жизнедеятельности;

- реализацию дисциплины (модуля) "История России" в объеме не менее 4 з.е., при этом объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками составляет в очной форме обучения не менее 80 процентов, в очно-заочной и заочной формах обучения не менее 40 процентов объема, отводимого на реализацию указанной дисциплины (модуля).

Программа бакалавриата обеспечивает реализацию дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту:

– в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)» в объеме 2 з.е.;

– в объеме 328 академических часов, которые являются обязательными для освоения, не переводятся в з.е. и не включаются в объем программы бакалавриата, в рамках элективных дисциплин (модулей) в очной форме обучения.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в порядке, установленном Институтом. Для инвалидов и лиц с ОВЗ установлен особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

Обучающимся – инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (по их заявлению) – предоставляется возможность обучения по программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и, при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

В рамках программы бакалавриата выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений. К обязательной части программы бакалавриата относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, определяемых ФГОС ВО

Объем обязательной части образовательной программы, без учета государственной итоговой аттестации, установлен 124 з.е., что составляет не менее 40 % от общего объема программы бакалавриата, установленных ФГОС ВО, из них 100 з.е. в блоке Б1 и 24 з.е. – в блоке Б2. Объем части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, установлен 107 з.е.

В обязательную часть программы бакалавриата включаются: дисциплины (модули), указанные в пункте 2.2 ФГОС ВО; дисциплины (модули) по физической культуре и спорту, реализуемые в рамках Блока 1 «Дисциплины (модули)». Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, определяемых ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, определяемых АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» самостоятельно, включены в обязательную часть программы бакалавриата и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится: в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, а также в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа обучающихся с преподавателем может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде.

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации), иную контактную работу (при необходимости), предусматривающую групповую или индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, определяемую организацией самостоятельно.

Максимальный объем контактной работы по образовательной программе составляет по очной форме обучения до 28 часов в неделю.

В Блок 2 "Практика" входят учебная и производственная практики (далее - практики).

В соответствии с ФГОС ВО в программе бакалавриата в рамках учебной и производственной практики устанавливаются следующие типы практик:

Типы учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика

Типы производственной практики:

- преддипломная практика
- профессионально-творческая практика

Общий объем учебной и производственной практик составляет 30 з.е. (в соответствии с ФГОС ВО «не менее 27 з.е.»).

В объем практик включены часы по практической подготовке - форме организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации».

Местом прохождения практик являются организации различной организационно-правовой формы (коммерческие, некоммерческие) осуществляющие деятельность по данному профилю подготовки, либо в профильном структурном подразделении организации.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит: подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (далее - ГИА).

## **5.2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП**

Содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью регламентируется следующими основными документами:

- Учебный план с формами аттестаций (Приложение 1);
- Календарный учебный график (Приложение 2);
- Рабочие программы дисциплин (модулей) с оценочными материалами (Приложение 3);
- Рабочие программы практик (Приложения 4);

- Программа государственной итоговой аттестации выпускников (Приложение 5);
- Рабочая программа воспитания (Приложение 6);
- Календарный план воспитательной работы (Приложение 7).

### **5.2.1. Учебный план с формами аттестаций (Приложение 1)**

Учебный план по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы «Маркетинговые коммуникации» является частью основной образовательной программы.

В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний, Государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения.

Зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам (при продолжительности академического часа 45 минут).

В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателями (контактная работа обучающихся с преподавателем) (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах.

Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения дисциплин (модулей) и разделов ОПОП, обеспечивающих формирование необходимых компетенций, указана общая трудоемкость дисциплин (модулей), практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть при необходимости увеличен, но не более чем на год.

Адаптация образовательной программы предусматривает предоставление обучающемуся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья возможности освоения адаптационных дисциплин по выбору. Адаптационные дисциплины включаются в вариативную часть (дисциплины по выбору) образовательной программы. Перечень адаптационных дисциплин определяется исходя из конкретной ситуации и индивидуальных потребностей инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Учебные занятия по адаптационным дисциплинам могут проводиться индивидуально

### **5.2.2. Календарный учебный график**

График учебного процесса устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, Государственной итоговой аттестации, каникул, нерабочие праздничные дни. График разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Учебный процесс ведётся строго в соответствии с календарным графиком учебного процесса, который составляется на начало каждого учебного года

Календарный учебный график представлен в *Приложении 2*.

### **5.2.3 Рабочие программы дисциплин и практик с оценочными и методическими материалами**

Рабочие программы всех дисциплин (модулей) учебного плана, включая дисциплины по выбору обучающихся, приведены в *Приложении 3*.

Рабочие программы всех практик, предусмотренных образовательной программой, приведены в *Приложении 4*.

Фонды оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике являются составной частью рабочей программы. *Приложении 3*.

### **5.2.4 Программа Государственной итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами**

Государственная итоговая аттестация включает в себя защиту выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты. Государственная итоговая аттестация проводится с целью выявления соответствия уровня и качества подготовки выпускника требованиям ФГОС ВО и готовности выпускника к профессиональной деятельности. В соответствии с Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 г №636, разработаны и утверждены требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, качество выполнения которых позволит выяснить степень подготовленности выпускника к выполнению практической профессиональной работы. Программа Государственной итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами представлена в *Приложении 5*.

## **РАЗДЕЛ 6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

### **6.1. Общесистемные условия реализации программы бакалавриата**

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации образовательной программы по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

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

Электронная информационно-образовательная среда АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» обеспечивает:

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

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося и оценок за эти работы;

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

## **6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы бакалавриата**

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 информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **6.3. Кадровые условия реализации программы бакалавриата**

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», а также лицами, привлекаемыми Институтом к реализации образовательной программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Института отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональных стандартах.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых 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).

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

Не менее 60 процентов численности педагогических работников и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности 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).

#### **6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы**

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляться в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

#### **6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата**

Ответственность за обеспечение качества подготовки, обучающихся при реализации программы, получения обучающимися требуемых результатов освоения программы несет АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна». АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» гарантирует качество подготовки выпускников, в том числе путем: рецензирования образовательных программ; разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников; обеспечения компетентности преподавательского состава; регулярного проведения самообследования с привлечением представителей работодателей; информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки, в которой АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» принимает участие на добровольной основе.

Оценка качества подготовки обучающихся по программе включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и ГИА. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся по каждой дисциплине (модулю), практике устанавливаются учебным планом, указываются в рабочей программе дисциплины (модуля), рабочей программе практики и доводятся до сведения обучающихся.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» преподавателями разработаны фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» привлекает к процедурам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), а также преподавателей смежных образовательных областей.

Государственная итоговая аттестация в качестве обязательного аттестационного испытания включает защиту выпускной квалификационной работы.

С целью совершенствования программы АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» привлекает работодателей и их объединения в ходе следующих мероприятий: рецензирование образовательной программы руководителями и (или) работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы; оценивание профессиональной деятельности обучающихся в ходе прохождения практики; получение отзывов от работодателей во время участия обучающихся в городских и региональных конкурсах по различным видам профессионально ориентированной деятельности.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающимся предоставлена возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. Обучающиеся могут дать свою оценку посредством прохождения анкетирования через свои личные кабинеты в электронной информационно-образовательной среде АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».



К внешней оценке качества образовательной деятельности по программе относятся: процедура государственной аккредитации, а также процедура профессионально-общественной аккредитации, которая проводится на добровольной основе по решению АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

## **РАЗДЕЛ 7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА**

### **7.1. Рабочая программа воспитания**

Рабочая программа воспитания разработана на период реализации программы бакалавриата и определяет комплекс ключевых характеристик системы воспитательной работы АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», который включает в себя принципы, методологические подходы, цель, задачи, направления, формы, средства и методы воспитания, планируемые результаты.

### **7.2 Календарный план воспитательной работы**

Календарный план воспитательной работы конкретизирует перечень событий и мероприятий воспитательной направленности, которые организуются и проводятся АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» и в которых обучающиеся принимают участие.