



**Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 2017/2018 учебном году**

ОПОП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2017/2018 учебном году на заседании Ученого совета университета 20. 06. 2017, протокол № \_\_\_\_

Ученый секретарь \_\_\_\_\_

\_\_\_\_. \_\_\_\_ . 20\_\_

**Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году**

ОПОП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году на заседании Ученого совета университета \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . 20 \_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_

Ученый секретарь \_\_\_\_\_

\_\_\_\_. \_\_\_\_ . 20\_\_

**Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году**

ОПОП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году на заседании Ученого совета университета \_\_\_\_ . \_\_\_\_ . 20 \_\_\_\_, протокол № \_\_\_\_

Ученый секретарь \_\_\_\_\_

\_\_\_\_. \_\_\_\_ . 20\_\_

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>5</b>
1.1. НОРМАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	5
1.2. ЦЕЛИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	5
1.3. ЗАДАЧИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	7
1.4. СРОК ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	7
1.5. ТРУДОЕМКОСТЬ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	7
1.6. ТРЕБОВАНИЯ К АБИТУРИЕНТУ .....	8
<b>II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ.....</b>	<b>8</b>
<b>III. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ</b>	<b>9</b>
3.1. ОБЛАСТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА.....	9
3.2. СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	9
3.3. ОБЪЕКТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	9
3.4. ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА.....	10
3.5. ЗАДАЧИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА.....	10
<b>IV. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИИ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП ВПО.....</b>	<b>10</b>
4.1. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ.....	10
4.2. СТРУКТУРА КОМПЕТЕНТНОСТНОЙ МОДЕЛИ ВЫПУСКНИКА.....	13
<b>V. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП.....</b>	<b>15</b>

5.1. ГРАФИК УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА, УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	15
5.2. СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ .....	15
5.3. ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫХ И ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРАКТИК ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	15
5.3.1. ПРОГРАММА УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	16
5.3.2. ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРАКТИК ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	17
5.3.3. ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	18
5.4. ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	19
<b>VI. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП.....</b>	19
6.1. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА.....	19
6.2. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП.....	20
...	
6.3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА.....	20
6.4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА.....	21
<b>VII. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ.....</b>	21
<b>VIII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП.....</b>	23
8.1. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	24
8.2. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ-ВЫПУСКНИКОВ.....	24
<b>IX. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВПО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ</b>	25

## **I. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама»):**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 «Об образовании в Российской Федерации»;

- Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» (вступил в силу с 01.09.2017);

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (далее – ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 г. № 997;

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

- Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

### **1.2. Цели ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама»):**

Основная цель образовательной программы сформулирована с учетом требований ФГОС ВО, миссией вуза и запросами потенциальных потребителей программы.

Основная цель образовательной программы заключается в подготовке квалифицированных кадров нового поколения, способных к коллективной работе в рамках инновационной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Образовательная программа спроектирована и реализуется в соответствии с современными образовательными технологиями.

Образовательная программа является первой ступенью многоуровневой системы подготовки бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; спроектирована и реализуется в соответствии с методологией компетентного подхода. Качество образовательной программы обеспечивается и гарантируется действующей в университете системой процессов менеджмента качества модели ISO 9001:2008.

ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет своей целью развитие у студентов таких личностных качеств, как ответственность, толерантность, стремление к саморазвитию и раскрытию своего творческого потенциала, владение культурой мышления, стремление к воплощению в жизнь гуманистических идеалов, осознание социальной значимости профессий связанных с рекламой и связями с

общественностью, способность принимать организационные решения в стандартных ситуациях и готовность нести за них ответственность, умение критически оценивать собственные достоинства и недостатки, выбирать пути и средства развития первых и устранения последних, и формирование общекультурных универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) компетенций.

Таблица 1

*Основными целями подготовки по программе являются:*

Код цели	Формулировка цели	Требования ФГОС и/или заинтересованных работодателей
Ц1	Формирование высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью, обладающих социально-личностными, общенаучными, инструментальными и профессиональными компетенциями	Требования ФГОС. Требования к выпускникам потенциальных работодателей (пресс-служб и рекламных агентств Белгородской области)
Ц2	Подготовка работников, занимающих активную гражданскую позицию и направляющих свою профессиональную деятельность на решение социально значимых задач, связанных с формированием и усилением системы социальных коммуникаций между различными социальными субъектами, инициации информационных потоков, основанных на доверии и взаимопонимании, обеспечивающих эффективное экономическое, научное и культурное сотрудничество, информационную поддержку внутренней и внешней политики; формирование общественного мнения внутри страны и за рубежом; формирование межнациональной толерантности, создание единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства.	Требования ФГОС. Требования к выпускникам потенциальных работодателей (пресс-служб и рекламных агентств Белгородской области)
Ц3	Подготовка выпускников к осуществлению коммуникационной деятельности в сфере связей с общественностью в государственных учреждениях и общественных организациях.	Требования ФГОС. Требования к выпускникам потенциальных работодателей (пресс-служб и рекламных агентств Белгородской области)
Ц4	Подготовка выпускников к прекламно-информационной деятельности в сфере решения актуальных проблем связей с общественностью в государственных учреждениях и общественных организациях.	Требования ФГОС. Требования к выпускникам потенциальных работодателей (пресс-служб и рекламных агентств Белгородской области)

### **1.3. Задачи ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама»):**

Задачами образовательной программы являются:

1. Обеспечение гарантий качества подготовки бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в области коммуникационной и рекламно-информационной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью:

2. Обеспечение гарантий по сопровождению реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и обоснование требований к профессорско-преподавательскому составу, книгообеспеченности, учебно-методической и материально-технической базам реализации ОПОП.

3. Обеспечение высокого качества образовательных услуг, предоставляемых потребителям и заказчикам в области рекламы и связей с общественностью.

4. Формирование спроса по объему, качеству и ассортименту подготовки профессиональных кадров и обеспечение адаптации деятельности НИУ «БелГУ» к условиям спроса на образовательные услуги; укрепление имиджа, престижа и популярности университета, в первую очередь среди работодателей.

5. Объединение усилий вуза и региональных работодателей в сфере рекламы и связей с общественностью по адаптации выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью к современному рынку труда; совместное построение карьерной траектории студента – от вуза до работодателя.

### **1.4. Срок освоения ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:**

Срок освоения ОПОП в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью составляет 4 (четыре) года по очной форме обучения.

### **1.5. Трудоемкость ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:**

Трудоемкость освоения ОПОП составляет 240 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОПОП.

Нормативный срок, общая трудоемкость освоения ОПОП (в зачетных единицах) для всех форм обучения и соответствующая квалификация (степень) приведены в Таблице 2.

Таблица 2.

Сроки, трудоемкость освоения ОПОП и квалификация выпускников

Наименование	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ОПОП, включая последипломный отпуск		Трудоемкость (в зачетных единицах*)	
	Код в соответствии с принятой квалификацией ОПОП	Наименование				
			<b>очная</b>	<b>ЗО</b>	<b>очная</b>	<b>ЗО</b>
ОПОП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	62	бакалавр	<b>4 года</b>	<b>-</b>	<b>240**</b>	<b>-</b>

\*Одна зачетная единица по дисциплинам соответствует 36 академическим часам

\*\*Трудоемкость ОПОП по очной форме обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам

### 1.6. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании и представить результаты ЕГЭ по русскому языку, истории и обществознанию.

## II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ

В настоящей основной профессиональной образовательной программе используются следующие термины:

- **основная профессиональная образовательная программа** – системно организованный комплекс учебно-методической документации, регламентирующей цели, ожидаемые результаты, содержание и реализацию образовательного процесса по данному направлению, уровню и профилю подготовки кадров с высшим профессиональным образованием;

- **вид профессиональной деятельности** – методы, способы, приемы, характер воздействия на объект профессиональной деятельности с целью его изменения, преобразования;

- **зачетная единица** – мера трудоемкости образовательной программы;

- **компетенция** – способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области;

- **направление подготовки** – совокупность образовательных программ различного уровня в одной профессиональной области;

- **объект профессиональной деятельности** – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие;

- **область профессиональной деятельности** – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом, производственном проявлении;

- **магистерская программа** – направленность основной образовательной программы на конкретный вид и (или) объект профессиональной деятельности;

- **результаты обучения** – усвоенные знания, умения, навыки и освоенные компетенции;

В настоящей основной профессиональной образовательной программе используются следующие сокращения:

- ВО - высшее образование;
- ОПОП - основная образовательная программа;
- ОК - общекультурные компетенции;
- ОПК – общепрофессиональные компетенции;
- ПК - профессиональные компетенции;
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- ГИА - государственная итоговая аттестация.

### **III. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

#### **3.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускника 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. Сферы профессиональной деятельности**

Возможные сферы профессиональной деятельности: рекламные агентства, рекламные отделы организаций, издательско-типографические компании, средства массовой информации, пресс-службы, отделы по связям с общественностью, отделы маркетинга и внешних коммуникаций и т.д.

Выпускники по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью востребованы на предприятиях и в организациях: ИА «Бел.ру», ИД «Мир Белогорья», Медиахолдинг «Белгород-медиа», РА «Перспект», пресс-службы Департаментов и управлений Администрации Белгородской области и г.Белгорода, а также другими рекламными агентствами, рекламными отделами СМИ, PR-подразделениями государственных учреждений, общественных и коммерческих организаций, с которыми установлены прочные связи в части социального партнерства и сотрудничества.

#### **3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

### **3.4. Виды профессиональной деятельности выпускника**

Бакалавр по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности: рекламно-информационная (основной вид деятельности), коммуникационная (дополнительный вид деятельности).

### **3.5. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Бакалавр должен быть подготовлен к выполнению следующих задач профессиональной деятельности:

<b>Вид профессиональной деятельности</b>	<b>Задачи в области профессиональной деятельности</b>
Рекламно-информационная деятельность	разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
Коммуникационная деятельность	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

## **IV. КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКА ВУЗА КАК СОВОКУПНЫЙ ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОБРАЗОВАНИЯ ПО ЗАВЕРШЕНИЮ ОСВОЕНИЯ ДАННОЙ ОПОП ВО**

Компетенции выпускника, формируемые в процессе освоения данной ОПОП, определяются на основе ФГОС ВО по соответствующему направлению и профилю подготовки, а также соотносятся с целями и задачами данной ОПОП ВО.

### **4.1. Формируемые компетенции**

Полный состав обязательных общекультурных и общепрофессиональных компетенций выпускника (с краткой

характеристикой каждой из них) как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОПОП ВО представлен в таблице 3.

Таблица 3.

Компетенции выпускника вуза как совокупный ожидаемый результат образования по завершению освоения данной ОПОП ВО

Код компетенции	Краткое содержание компетенции
<b>общекультурные компетенции (ОК)</b>	
ОК-1	способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции
ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции
ОК-3	способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-4	способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОК-5	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
ОК-6	способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОК-7	способность к самоорганизации и самообразованию
ОК-8	Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
ОК-9	готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
<b>общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>	
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-2	владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
ОПК-3	обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга
ОПК-4	умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия
ОПК-5	умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ОПК-6	способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>	
ПК-6	способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК-7	способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-8	способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

Результаты освоения ОПОП ВО определяются приобретенными выпускниками компетенциями (Таблица 4).

Таблица 4.

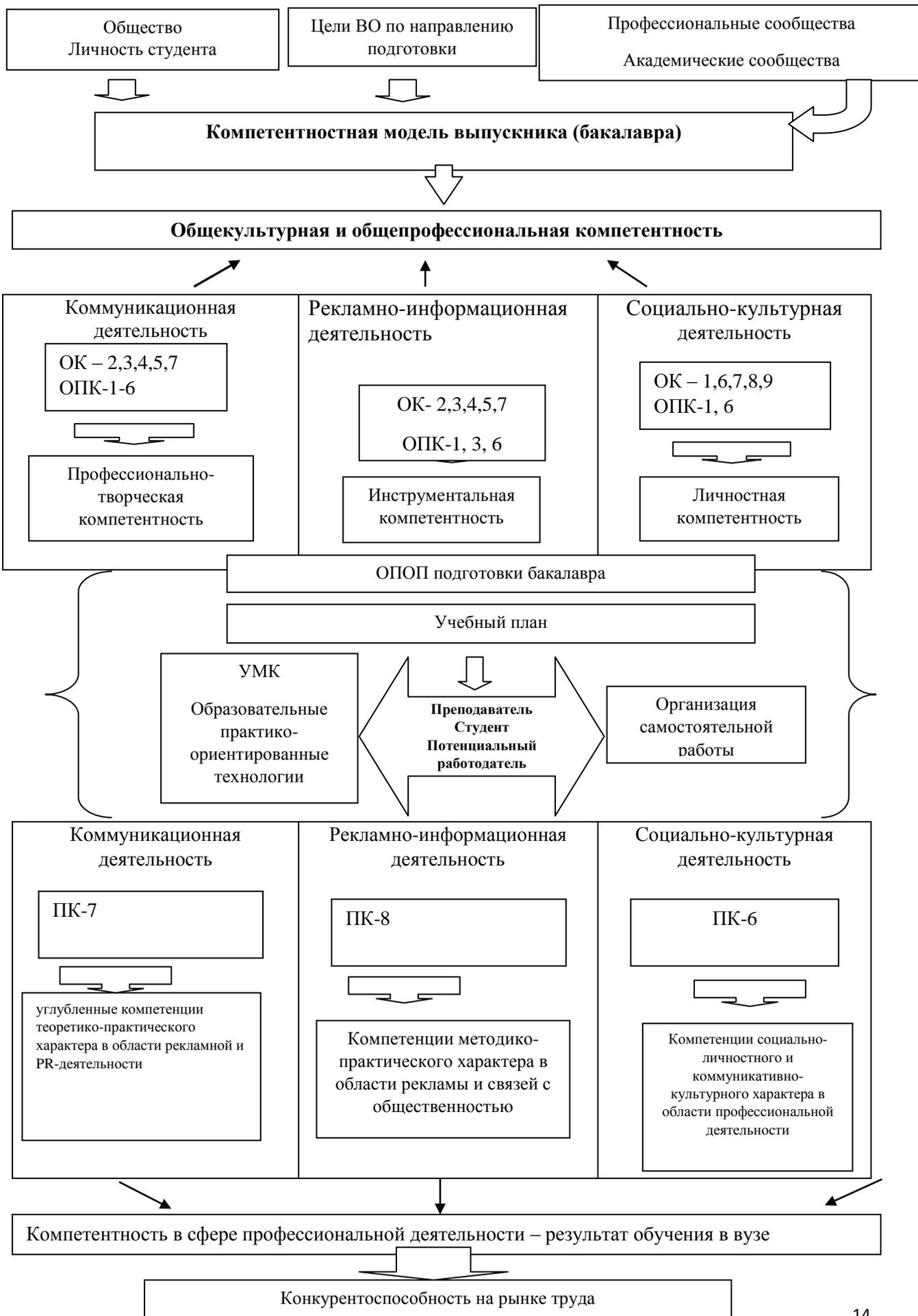
Планируемые результаты обучения

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)	Требования ФГОС, критериев и/или заинтересованных сторон
P1	Применять полученные знания для эффективного решения профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью	ОК-1,2,3,4,5,7,8,9 ОПК-1-6
P2	Эффективно работать в профессиональной деятельности индивидуально и в качестве члена команды	ОК-2,3,4,5,6 ОПК-1,2,4,5
P3	Осуществлять эффективную информационно-коммуникационную деятельность в условиях гражданского общества, актуальных социальных процессов, единого международного экономического, экологического, культурного и информационного пространства.	ОК-2,3,4,5,7 ОПК-1-9 ПК-6
P4	Проявлять широкую эрудицию, в том числе знание и понимание современных проблем массовой коммуникации, рекламы и связей с общественностью, понимать аспекты медийной, рекламной и PR-деятельности	ОК-1,2,3,5 ОПК-1,3,4,6
P 5	Осуществлять коммуникационную	ОПК-1-9

	деятельность в рекламных службах, отделах и PR-подразделениях	ПК-6
Р6	Осуществлять рекламно-информационную деятельность в государственных учреждениях, общественных организациях и коммерческих компаниях	ОПК-1,3 ПК-7,8

#### 4.2. Структура компетентностной модели выпускника

Компетентностная модель выпускника (КМВ) – комплексный интегральный образ конечного результата осуществленного образовательного процесса. КМВ направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает в себя 3 блока: общекультурный – состоит из заданных ФГОС целевых компетенций общекультурного характера, формируемых в определенных видах деятельности (информационно-коммуникативной, познавательной, социокультурной) и одновременно определяющих готовность к этой деятельности; профессиональный – состоит из компетенций профессионального характера, формируемых в процессе практико-ориентированного обучения в вузе и определяющих готовность к решению профессиональных задач; организационно-деятельностный, включающий в себя субъектов образовательной деятельности и средства, способствующие формированию общекультурных и профессиональных компетенций выпускника, его востребованности и конкурентоспособности на рынке труда.



## **V. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и Положением об основной образовательной программе высшего профессионального образования содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП регламентируется учебным планом; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

### **5.1. График учебного процесса. Учебный план по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама»)**

График учебного процесса и учебный план направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама») представлены в **Приложении 1**.

### **5.2. Содержание ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама»)**

Содержание ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Печатная и пресс-реклама») в полном объеме представлено в рабочих программах дисциплин (Приложение 2).

### **5.3. Программы учебных и производственных практик по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью практики являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. В соответствии с ФГОС вид практики – учебная, производственная и преддипломная – определяется в соответствии с типом ОПОП. Профиль «Печатная и пресс-реклама» предусматривает все три вида практики.

Практики позволяют последовательно и в определенной системе в течение четырех лет обучения в бакалавриате объединять теоретическую подготовку обучающихся с их практической работой в пресс-службах государственных органов и учреждений, некоммерческих и общественных организаций, рекламных агентств, рекламных отделах СМИ, редакциях СМИ, креативных и ивент-агентствах, коммуникационных агентствах. В

ходе практик решается сложная задача формирования необходимых умений и профессионально значимых личностных качеств. Опыт, полученный на практиках, позволяет сформировать творческое досье (портфолио) выпускника, обеспечивающее его конкурентоспособность на рынке труда.

Практика реализует прежде всего учебные цели и задачи профессиональной подготовки, формирует и развивает профессиональные навыки и умения, способности будущего дипломированного журналиста, тем самым помогая приблизить требования федерального государственного образовательного стандарта к квалификационному минимуму бакалавра.

Помимо обязательной учебной и производственных практик, предусмотренной учебным планом, поощряется самостоятельное сотрудничество студентов с отделами рекламы и связей с общественностью, PR-агентствами, пресс-службами, редакциями печатных и электронных СМИ в целях развития индивидуальных творческих способностей и профессиональных практических навыков.

### **5.3.1. Программа учебно-ознакомительной практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлена в Приложении 3.**

Цель учебно-ознакомительной практики – ознакомление с деятельностью пресс-служб различных организаций, формирование общих навыков, необходимых сотрудникам пресс-служб.

Задачами учебно-ознакомительной практики являются:

- развитие способности выполнять под контролем профессиональные функции в области связей с общественностью, а также готовности работать в творческой команде,
- освоение методов, средств и способов получения, хранения и переработки информации в PR-деятельности,
- применение основных положений и методов коммуникативистики при решении профессиональных задач в области связей с общественностью,
- овладение навыками и знаниями работы в пресс-центрах, пресс-службах и отделах по связям со СМИ,
- овладение базовыми навыками медиапланирования,
- развитие способности принимать участие в коммуникационных кампаниях,
- приобретение навыков сбора, проверки и селекции необходимой информации,
- приобретение навыков самостоятельной литературной работы по подготовке PR-материалов; выбор и формулирование актуальной темы PR-материала, формирование замысла и определение хода дальнейшей работы.

По итогам практики студент обязан представить к защите развернутый отчет, дневник практики, заполненный в соответствии с установленными требованиями, медиакарту одного из СМИ, с которыми сотрудничает организация, и медиа-кит любого PR-мероприятия.

### **5.3.2. Программа производственных практик по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлена в Приложении 4.**

Цель производственной практики на 2 курсе – формирование и упрочение навыков рекламной деятельности, приобретение устойчивого практического опыта работы в рекламных отделах и агентствах.

Задачами производственной практики являются:

- способность реализовать перспективу своего профессионального развития, повышения своей квалификации и мастерства, способность к саморефлексии,
- детальное знакомство с работой рекламных агентств и рекламных отделов, практическое участие в процессе выпуска рекламной продукции,
- развитие навыков создания текстов и документов, используемых в рекламной деятельности,
- развитие способностей применения знаний в области рекламы в практической профессиональной деятельности,
- развитие навыков работы в отделе рекламы,
- знакомство с организационной структурой рекламного отдела (агентства).

По итогам производственной практики (2-й курс) студент обязан представить к защите разработанный рекламный проект/рекламную концепцию. Приветствуются также рекламные материалы (тексты, документы, видео- и аудиоматериалы), в разработке/создании которых он принял участие).

Рекламный проект/рекламная концепция представляется в следующей форме: полное наименование продукта, цель и задачи, позиционирование, формулировка основного рекламного сообщения, слоган, визуальная концепция. Проект заверяется руководителем с базы практики. Возможность реализации проекта/концепции определяется руководителем с базы практики и не является обязательным требованием.

**Производственная практика** на 3 курсе (работа в PR-отделах) предполагает развитие умений планирования и осуществления PR-деятельности в структуре отделов и агентств по связям с общественностью.

Цель производственной практики – закрепление устойчивого практического опыта работы в PR-структурах. Во время практики студент может начать подготовку собственных материалов для дипломного сочинения.

Допускается прохождение практики в редакциях СМИ.

Задачами второй производственной практики являются:

- углубление понимания особенностей PR-деятельности в условиях современного информационного общества,
- знакомство с организационной структурой PR-отдела (агентства),

- развитие способностей принятия организационно-управленческих решений при проведении коммуникационных кампаний,
- усвоение основных методов, способов и средств планирования, организации и проведения коммуникационной кампании,
- усвоение принципов работы в условиях мультимедийной среды, методов и технологии подготовки медиапродуктов в разных знаковых системах,
- участие в планировании и проведении прикладных исследований в сфере изучения целевой аудитории, рынка, медиaprостранства, общественного мнения,
- развитие навыков создания PR-текстов различных жанров,
- развитие навыков проведения информационных и PR-кампаний,
- развитие способностей формирования эффективных внутриорганизационных коммуникаций.

В этом случае задачами практики являются:

- знакомство студентов с организацией работы в СМИ и со структурой подразделений;
- налаживание творческих контактов с сотрудниками СМИ;
- выяснение механизмов взаимодействия данного СМИ с PR-службами предприятий и организаций;
- составление медиаплана для дальнейшей самостоятельной работы со СМИ;
- знакомство с процессом подготовки печатных, видео- и аудиоматериалов;
- подготовка собственных материалов (печатных, радио, TV).

Студенты, проходящие практику в аудиовизуальных СМИ, уточняют жанры публикаций с руководителями практики.

По итогам практики студент обязан представить

а) творческие материалы (описание проекта, в который был включен практикант). Описание проекта дается в форме кейса: проблематика, цель и задачи, целевая аудитория, стратегия, тактика, креативные решения, практические действия, результаты. Если проект не был завершен – промежуточные и ожидаемые результаты;

б) заверенные (подпись руководителя и печать) текстовые материалы: пресс-релизы, приглашения, рекламные материалы и т.д.

### **5.3.3. Программа преддипломной практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлена в Приложении 5.**

Основная цель преддипломной практики – применение полученных компетенций в конкретном исследовании или творческой работе, синтез теоретических знаний и практических умений по направлению подготовки

Задачами преддипломной практики являются:

- 1) применение общенаучных умений анализа и синтеза,
- 2) вычленение объекта и предмета исследования,
- 3) обоснование методов исследования,
- 4) сбор и систематизация эмпирических данных,
- 5) библиографическая обработка источников,
- 6) применение знания основных принципов, функций и методов рекламы и связей с общественностью при решении профессионально-исследовательских задач;

Преддипломная практика проходит в соответствии с графиком учебного процесса. Базой прохождения практики является выпускающая кафедра, научно-образовательные и научно-исследовательские подразделения вуза, редакции СМИ, пресс-службы государственных учреждений и общественных организаций.

Результаты практики реализуются в выпускных квалификационных работах выпускников.

#### **5.4. Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлена в Приложении 6.**

Государственная итоговая аттестация обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью состоит в защите выпускной квалификационной работы бакалавра и предъявлении творческого досье (портфолио), содержащего конкретные результаты профессионально-творческой и научно-исследовательской деятельности обучающегося, отражающие уровень сформированных компетенций.

Лицам, завершившим обучение по программе направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и прошедшим государственную итоговую аттестацию, присуждается квалификация (степень) «бакалавр» и выдается диплом государственного образца.

Цель ГИА: установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО.

Задачи ГИА: оценка компетенций выпускника; оценка способности и умения выпускника самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности; оценка способности выпускника профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

## **VI. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОПОП**

### **6.1. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация данной ОПОП обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и/или научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих учёную степень и/или учёное звание в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс, составляет более 60%, учёную степень доктора наук и/или учёное звание профессора – 6 % и более.

Преподаватели имеют базовое образование, соответствующее профилям преподаваемых дисциплин. Более 60% преподавателей (от приведённых к целочисленным значениям ставок) этого цикла имеют учёную степень, из них более 5 % имеют учёную степень доктора наук.

К образовательному процессу по дисциплинам профессионального цикла привлекается не менее 10% преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений в сфере рекламы и связей с общественностью.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемых дисциплин, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 70 процентов.

## **6.2. Образовательные технологии, используемые при реализации ОПОП**

Реализуемая ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусматривает использование в учебном процессе следующих образовательных форм обучения:

а) формы, направленные на теоретическую подготовку: лекция; семинар; самостоятельная аудиторная работа; самостоятельная внеаудиторная работа; консультация; проведение групповых дискуссий; проведение тренингов; подготовка и защита рефератов.

б) формы, направленные на практическую подготовку: практическое занятие; подготовка мультимедийных презентаций; производственная экскурсия; проведение групповых дискуссий; проведение тренингов; участие в научно-практических конференциях; учебная и производственная практика; подготовка бесед с населением; курсовая работа; выпускная работа.

В преподавании дисциплин учитывается региональная и профессиональная специфика.

Образовательные технологии, используемые при реализации ОПОП, представлены в Приложении 7.

## **6.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебного процесса**

В университете используется электронно-библиотечная система (электронная библиотека). Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронной библиотечной системе, содержащей издания по основным дисциплинам. Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам

Библиотечный фонд университета укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин, практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

#### **6.4. Материально-техническое обеспечение учебного процесса**

Для реализации ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в университете создана материально-техническая база, обеспечивающая проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающегося, предусмотренных учебным планом вуза, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Реализация ОПОП обеспечивается наличием учебных аудиторий, оснащенных современным учебно-научным оборудованием и стендами, позволяющими проводить весь комплекс лекций и семинарских занятий по дисциплинам ОПОП. Перечень материально-технического оборудования включает в себя также: компьютерные лаборатории, оборудованные мультимедийным оборудованием аудитории, фото- и видеостудию, возможность проводить соответствующие занятия в рекламном агентстве на основании соглашения.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы включает оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Материально техническая база соответствует действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

### **VII. ХАРАКТЕРИСТИКА СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЛИЧНОСТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ**

Ректорат и профессорско-преподавательский состав принимает активные меры по сбалансированному развитию личности студентов. Для реализации общекультурных, социально-личностных компетенций созданы и разработаны основные положения: «Программа повышения

конкурентоспособности НИУ «БелГУ» среди ведущих мировых образовательных центров на 2013-2017 гг. и на перспективу до 2020 г.», «Положение о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, специалитета, магистратуры», «Положение о стипендиальном обеспечении и других формах материальной поддержки обучающихся в НИУ «БелГУ» по очной форме обучения за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета», «Положение об организации и проведении летних культурно-массовых, физкультурных и оздоровительных мероприятий для обучающихся НИУ «БелГУ» и т.д., регламентирующие учебно-воспитательную, социально-культурную, научно-исследовательскую деятельность обучающихся.

В университете создана и успешно реализуется система социальной защиты коллектива. Все весомее становится социальный пакет, который предлагает помощь и поддержку работникам, студентам и аспирантам университета и является уникальным в вузовской среде. Ежегодно Ученый Совет рассматривает и утверждает программу «О социальном пакете Белгородского государственного университета».

В НИУ «БелГУ» и на факультете журналистики практикуются следующие формы стимулирования успешных обучающихся: благодарности и почетные грамоты за успехи в учебной, внеучебной, научно-исследовательской, волонтерской деятельности; надбавки к стипендиям студентов; именные стипендии (стипендия Губернатора Белгородской области, стипендия Администрации Белгородской области, стипендия одаренным студентам А.В. Скоча, именная стипендия ректора НИУ «БелГУ»).

Основа воспитательной работы факультета журналистики – институт кураторства. Основная цель работы кураторов – формирование развитой, активной личности студента, способного в своей профессиональной деятельности проявить гражданские, профессиональные, нравственные качества. Работу кураторов координирует декан факультета журналистики и заместитель декана по социально-воспитательной работе. Обязанности куратора определяются положением о кураторе студенческой группы. Сформирован также пакет документов по всем направлениям социально-воспитательной работы, на факультете имеются графики дежурства групп по факультету, дежурства кураторов в общежитиях НИУ «БелГУ». Ежегодно на факультете проводится заседание аттестационной комиссии факультета, оценивающей деятельность кураторов на основании имеющихся данных. Каждая учебная группа обучающихся имеет возможность по итогам деятельности в течение учебного года участвовать в общеуниверситетском конкурсе «Лучшая учебная группа».

На факультете действует разветвленная система студенческого самоуправления, которая охватывает все стороны студенческой жизни. Основным органом студенческого самоуправления на факультете является студенческий совет факультета журналистики. Студенческий совет факультета наделен широкими полномочиями и реальными возможностями в

управлении студенческой жизнью, деканат и выпускающие кафедры стимулируют и поддерживают инициативные предложения обучающихся. Студенческий совет прилагает усилия к формированию благоприятного имиджа студента факультета журналистики, тем самым укрепляя репутационный капитал и осуществляя профориентационную деятельность.

Воспитательная деятельность в учебной работе осуществляется преподавателями факультета по следующим направлениям: привлечение студентов к участию в предметных олимпиадах, конкурсах курсовых и дипломных работ; привлечение студентов к НИР кафедры; подготовка научных публикаций совместно со студентами; подготовка команд для участия в предметных олимпиадах, конференциях студентов; содействие временной занятости студентов и трудоустройству студентов старших курсов.

Студенты факультета журналистики активно участвуют в ежегодных общеуниверситетских воспитательных и военно-патриотических мероприятиях, таких как «Зарница», «Communication», студенческая Пасха, деловые игры, а также в традиционных факультетских мероприятиях (посвящение первокурсников, фестиваль факультета, конкурсы видеороликов, День мира, День преподавателя и другие).

Сложившаяся в университете социокультурная (образовательная, научная, рекреационная, досуговая) среда обеспечивает естественность трансляции студен-там норм взаимоотношений, общения, организации досуга, быта, отношений к будущей профессии, формирует мотивацию учебной деятельности и, следовательно, профессиональную направленность личности будущих специалистов, способствует развитию общекультурных и социально-личностных компетенций (компетенций социального взаимодействия, самоорганизации и самоуправления), успешной социализации личности.

## **VIII. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ОПОП**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП направления подготовки осуществляется в соответствии с Положениями: «О порядке обучения, перевода, отчисления и восстановления и предоставления отпусков обучающимся в НИУ "БелГУ"» (25.04.2016 г.), Положение о формах, периодичности и порядке проведения промежуточной аттестации

обучающихся НИУ "БелГУ" (утв. 24.04.2018 г.), «Об аттестационных и апелляционных комиссиях в НИУ "БелГУ"» (утв. 27.04.2015 г.), «О подготовке и защите курсовых работ (проектов)» (утв. 26.05.2014 г.), «О балльно-рейтинговой системе оценки качества освоения основных образовательных программ в НИУ «БелГУ»» (утв. 27.04.2015 г.), «О практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования» (утв. 26.05.2014 г.), «О самостоятельной работе обучающихся по основным образовательным программам высшего образования» (утв. 30.06.2014 г.), «Об организации учебных занятий по физической культуре в НИУ "БелГУ" по программам высшего образования (программам бакалавриата и специалитета)» (утв. 30.06.2014 г.) и др.

Настоящие нормативно-правовые акты регламентируют порядок организации и проведения текущей и промежуточной аттестации студентов, устанавливают максимально возможное количество форм обязательной отчетности в течение одного учебного года

Нормативно-методическое обеспечение государственной итоговой аттестации обучающихся по ОПОП направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в соответствии с Положениями: Положение о государственной итоговой аттестации обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры (утв. 27.06.2016), Положение о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры (утв. 26.12.2016) и др.

### **8.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Организация промежуточной аттестации определяется рабочей программой дисциплины, а также текущими образовательными задачами. Используются различные формы контроля получаемых знаний студентов: контрольные и самостоятельные работы, тестирование, защиты проектов, презентации исследовательских отчетов, устный опрос; письменные работы; и т.д. Используются разнообразные фонды оценочных средств: тематика эссе и рефератов; контрольные вопросы зачетов и экзаменов по дисциплинам базовой части, фонды тестовых заданий; и т.д.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с графиком учебного процесса и предусматривает проведение экзаменов, зачетов, защиту курсовых работ/проектов, практик. В ходе промежуточных аттестаций оценивается уровень сформированности компетенций, которые являются базовыми при переходе к следующему году обучения.

### **8.2. Государственная итоговая аттестация выпускников**

Итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме. Цель государственной итоговой аттестации выпускников – установление уровня готовности выпускника к выполнению

профессиональных задач. Основными задачами государственной итоговой аттестации являются: определение соответствия компетенций выпускника требованиям ФГОС ВО и определение уровня выполнения задач, поставленных в образовательной программе ВО.

Государственная итоговая аттестация (ГИА) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает защиту выпускной квалификационной работы (ВКР) (*бакалавр*).

Требования к содержанию и структуре выпускной квалификационной работе определяются «Положением о выпускных квалификационных работах дипломированного специалиста, бакалавра, магистра».

КВАЛИФИКАЦИЯ (СТЕПЕНЬ) БАКАЛАВРА - это академическая степень, отражающая образовательный уровень выпускника.

Тематика выпускных квалификационных работ разрабатывается ведущими преподавателями выпускающей кафедры с привлечением представителей потребителей образовательных услуг, потенциальных работодателей, представителей академических сообществ, общественных организаций. Тематика выпускных квалификационных работ отражает основные сферы и направления деятельности выпускника направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой и утверждаются Учёным советом факультета журналистики.

Студенту может быть предоставлено право самостоятельного выбора темы выпускной квалификационной работы. Для подготовки выпускной квалификационной работы студенту назначается руководитель и, при необходимости, консультанты.

Выпускная квалификационная работа бакалавра должна представлять собой самостоятельное и логически завершённое теоретическое или экспериментальное исследование, связанное с разработкой теоретических вопросов, с экспериментальными исследованиями, являющихся, как правило, частью научно-исследовательских работ, выполняемых выпускающей кафедрой.

Выпускная работа бакалавра выполняется на базе теоретических знаний и практических навыков, полученных студентом в период обучения (4 года). При этом она должна быть преимущественно ориентирована на знания, полученные в процессе изучения дисциплин и специальных дисциплин.

Для проведения защиты выпускных (квалификационных) работ приказом ректора университета создается государственная экзаменационная комиссия, председатель которой утверждается министерством образования и науки РФ.

## **IX. ОРГАНИЗАЦИЯ ПЕРИОДИЧЕСКОГО ОБНОВЛЕНИЯ ОПОП ВПО В ЦЕЛОМ И СОСТАВЛЯЮЩИХ ЕЕ ДОКУМЕНТОВ**

Обновление ОПОП производится ежегодно (в части состава дисциплин (модулей), установленных вузом в учебном плане, и (или) содержания рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей),

программ учебной и производственной практики, методических материалов, обеспечивающих реализацию образовательной технологии) с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы, в соответствии с ФГОС ВО, и выносятся на рассмотрение ученого совета университета.

Изменения в учебный план вносятся решением ученого совета университета.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

### **Разработчики ОПОП**

Коллектив разработчиков основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1. Кожемякин Евгений Александрович, д.филол.н., заведующий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ»
2. Полонский Андрей Васильевич, д.филол.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики НИУ «БелГУ»
3. Крюкова Светлана Владимировна, к.филол.н., доцент, доцент кафедры коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью НИУ «БелГУ»
4. Ушакова Светлана Викторовна, к.филол.н., доцент кафедры журналистики
5. Губина Светлана Анатольевна, начальник Управления общественных отношений Администрации г. Белгорода