

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**  
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**


Факультет политики и международных отношений

Кафедра политических наук и технологий

Регистрационный номер РЦСО/16/12-2014/15

УТВЕРЖДАЮ

Директор

  
/С.Р.Сверчков

\_\_\_\_\_ 2015 г.



**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

**по направлению подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Уровень основной образовательной программы  
**бакалавриат**

г. Новосибирск, 2015

## СОДЕРЖАНИЕ

### **1. Общие положения**

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая Сибирским институтом управления – филиалом РАНХиГС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

1.3. Общая характеристика ОПОП ВО

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП

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

2.1. Годовой календарный учебный график

2.2. Учебный план подготовки

2.3. Рабочие программы учебных дисциплин

2.4. Программы практик

### **3. Система оценки качества освоения ОПОП**

3.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

3.2. Итоговая государственная аттестация выпускников

### **4. Ресурсное обеспечение ОПОП**

4.1. Кадровое обеспечение

4.2. Информационно-техническое обеспечение

4.3. Материально-техническое обеспечение

### **5. Характеристики среды Сибирского института управления – филиала РАНХиГС, обеспечивающие развитие социально-личностных компетенций выпускников**

### **6. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки**

## **1. Общее описание**

**1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее - ОПОП) бакалавриата, реализуемая Сибирским институтом управления – филиалом РАНХиГС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Сибирским институтом управления-филиалом РАНХиГС с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 29 марта 2010 г. № 221, а также с учетом рекомендованной примерной образовательной программы (ПрООП).

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: календарный учебный график, учебный план, рабочие программы учебных дисциплин, программы практик и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся и реализацию соответствующей образовательной технологии.

### **1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

— Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» (от 29 декабря 2012 года № 273–ФЗ в ред. от 31.12.2014);

— Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 г. № 1367 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

— Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр») (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 29 марта 2010 г. № 221 (далее - ФГОС);

— Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденный Постановлением Правительства Российской Федерации от 12.05.2012 № 473;

— Положение об организации и осуществлении в РАНХиГС образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утв. приказом РАНХиГС от 14.05.2014 №02-129;

— Положение о Сибирском институте управления – филиале РАНХиГС, утв. решением Ученого совета РАНХиГС от 19.06.12 (протокол №8).

### **1.3. Общая характеристика ОПОП ВО**

**1.3.1.** По завершении основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускнику присваивается квалификация бакалавр.

#### **1.3.2. Цель (миссия) ОПОП**

Целями ОПОП ВО являются развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных, универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»).

В частности, в области воспитания обучающихся основными целями ОПОП являются формирование в студенте таких качеств, как гражданственность, патриотизм; глубокое уважение к закону и идеалам правового государства; профессиональный долг; целеустремленность, организованность, трудолюбие, ответственность, коммуникативность, толерантность, повышение общей культуры обучающихся.

В области обучения основными целями ОПОП являются базовая подготовка студента в области рекламы и связей с общественностью; приобретение им профессиональных знаний и умений, освоение компетенций, способствующих социальной мобильности и высокой востребованности выпускника на рынках труда Сибирского федерального округа.

#### **1.3.3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников:**

##### **Область профессиональной деятельности выпускников**

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

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

##### **Объекты профессиональной деятельности выпускников**

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

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

## **Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники**

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

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

## **Задачи профессиональной деятельности выпускников**

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью **должен** решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

— участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

— участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

проектная:

— участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

— подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная:

— участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

— участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

рекламно-информационная:

— разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

— участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

— участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

— проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

— подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;

— сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;

— составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

— написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

#### **1.3.4. Формы обучения и сроки освоения ОПОП**

Срок освоения ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью составляет 4 (четыре) года по очной форме обучения.

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

Общая трудоемкость ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включая теоретическое обучение, сессии, практики, ИГА и каникулы, составляет 240 зачетных единиц (З.Е.).

#### **1.3.6. ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализуется по общему профилю.**

#### **1.3.7. Планируемые результаты освоения образовательной программы**

Результаты освоения ОПОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями:

### ***Общекультурные компетенции (ОК):***

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовность к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремление к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умение критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использования основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использования основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);
- способность работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к

совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

### ***Профессиональные компетенции (ПК):***

#### ***Общепрофессиональные:***

— способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

— владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

— способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

— способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

— владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

— обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

— обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

— обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

— обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

— способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

— способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

— способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

— владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);

— умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);



— умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

### ***Организационно-управленческая деятельность:***

— обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

— знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);

— способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

— способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

— владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

— владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

— способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

### ***Проектная деятельность:***

— способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

— владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

— способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

### ***Коммуникационная деятельность:***

— способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

— способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

***Рекламно-информационная деятельность:***

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

***Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитической деятельность:***

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

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

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

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

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

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

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

Матрица соответствия требуемых компетенций и формирующих их составных частей ОПОП приведена в приложениях.

**1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

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

В соответствии со ст.2 и 29 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 г. № 1367 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» и ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр») содержание и организация образовательного процесса регламентируется годовым календарным учебным графиком, учебным планом, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся, программами учебно-производственной, учебной и производственной (преддипломной) практик, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

### **2.1. Учебный план**

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ОПОП, дисциплин, практик, обеспечивающих формирование компетенций. Указана общая трудоемкость дисциплин в зачетных единицах, а также их общая трудоемкость (в т.ч. аудиторная и самостоятельная работа).

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС. В вариативных частях учебных циклов вузом и факультетом самостоятельно сформирован перечень и последовательность модулей.

ОПОП содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ОПОП. Для каждой дисциплины и практик указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

При составлении учебного плана Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС руководствовался общими требованиями к условиям реализации ОПОП, сформулированными в разделе 7.1 ФГОС.

### **2.2. Календарный учебный график**

Последовательность реализации ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы приводится в календарном учебном графике.

### **2.3. Рабочие программы дисциплин**

Рабочие программы учебных дисциплин разработаны в соответствии со Стандартом на рабочую программу учебной дисциплины по основной профессиональной образовательной программе высшего образования на основе ФГОС.

## **2.4. Программы практик**

Практики являются обязательными и представляют собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в соответствии с ФГОС ВПО следующие виды практик: учебно-производственная, учебная и производственная (преддипломная).

Аттестация по итогам практики производится в виде защиты обучающимися выполненного индивидуального или группового задания и представления отчета, оформленного в соответствии с правилами и требованиями, установленными Положением о практике студентов Сибирского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

### **2.4.1. Программа учебно-производственной практики.**

Перечень органов и организаций – баз практик, с которыми вуз имеет заключенные договоры об организации практик студентов, приведен в приложении 4.

### **2.4.2. Программа учебной практики.**

### **2.4.3. Программа производственной (преддипломной) практики.**

## **3. Система оценки качества освоения ОПОП**

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) бакалавр) и Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 г. № 1367 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

### **3.1. Текущий контроль и промежуточная аттестация**

В соответствии с требованиями ФГОС для аттестации обучающихся на соответствие их персональным достижений поэтапным требованиям ОПОП, а также в соответствии с Положением о формировании фонда оценочных средств в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего

профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» от 24.01.2012 г.; вуз разработал фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

### **3.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП**

Нормативными документами, лежащими в основе организации итоговой государственной аттестации, являются:

— Приказ Минобрнауки России от 25 марта 2003 года №1155 О введении в действие Положения об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации.

— Письмо Минобрнауки РФ от 16.05.2002 № 14-55-353 ин/15 «О методике создания оценочных средств для итоговой государственной аттестации выпускников вуза на соответствие требованиям государственного образовательного стандарта».

— Письмо Минобрнауки РФ от 18.05.2002 N 14-55-359ин/15 «О Методических рекомендациях по определению структуры и содержания государственных аттестационных испытаний»;

— Положение об итоговой государственной аттестации выпускников РАНХиГС, утв. приказом РАНХиГС от 25.01.2012 № 01-381.

— Положение о выпускной квалификационной работе РАНХиГС, утв. приказом РАНХиГС от 25.01.2012 № 01-381.

— Положение о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры Сибирского института управления – филиала РАНХиГС, утв. приказом от 30.12.2014 №152-488 (осн);

— Положение об итоговой государственной аттестации выпускников Сибирского института управления – филиала РАНХиГС, утв. приказом от 22.01.2014 №152-13 (осн).

Итоговая государственная аттестация выпускников (ИГА) является обязательной и осуществляется после освоения ОПОП в полном объеме.

В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) бакалавр) ИГА включает следующие виды:

государственный экзамен, носящий междисциплинарный характер, защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы), а также требования к государственному экзамену определяются вузом.

Выпускная квалификационная работа бакалавра должна носить практическую направленность в соответствии с выбранным профилем подготовки бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

#### **4. Ресурсное обеспечение ОПОП**

##### **4.1. Кадровое обеспечение**

Реализация ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной или научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и/или ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, составляет не менее 60%, ученую степень доктора наук и/или ученое звание профессора имеют не менее 6% преподавателей.

Все преподаватели профессионального цикла имеют базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60% преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, имеют ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу привлечено не менее 5% преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений в сфере рекламы и связей с общественностью.

##### **4.2. Информационно-техническое обеспечение**

Основная образовательная программа обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) ОПОП. Содержание всех учебных дисциплин (модулей) представлено в сети Интернет или локальной сети Сибирского института управления – филиала РАНХиГС.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания учебной, учебно-методической и иной литературы по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет, а для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние 5 лет, из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Для обучающихся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

#### **4.3. Материально-техническое обеспечение**

С учетом требований ФГОС Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В Сибирском институте управления – филиале РАНХиГС имеется материально-техническое обеспечение, необходимое для реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью:

а) специализированные компьютерные классы, с возможностями выхода каждого обучающегося в Интернет;

б) залы и аудитории, оборудованные мультимедийным оборудованием;

в) Медиа-центр с функциями фото-, теле и видеостудии.

г) Бизнес-инкубатор для обучения студентов реальным технологиям бизнеса в сфере рекламы и связей с общественностью.

Студентам предоставляется возможность проводить занятия в рекламных агентствах на основании соглашения, овладевать реальным технологиям бизнеса в сфере рекламы и связей с общественностью.

Учебный процесс подготовки по данному направлению полностью обеспечен лекционными аудиториями с презентационным оборудованием, а также компьютерными классами с соответствующим бесплатным и лицензионным программным обеспечением.

Специализированные аудитории, оснащенные компьютером, проектором и экраном необходимы для проведения занятий при изучении учебных дисциплин *Геополитика, Глобалистика, Мировые цивилизации, Политология, Современная российская политика, История мировой литературы и искусства, Религиоведение, Основы медиапланирования, Стилистика и литературное редактирование, Имиджмейкерство, Брэнддинг, Реклама в коммуникационном процессе.*

Специализированные аудитории, оснащенные аудиотехникой и персональными местами для обучающихся необходимы для проведения занятий при изучении учебных дисциплин *Иностранный язык и Иностранный язык-2 (Иностранный язык в профессиональной сфере), Риторика в СО.*

Специализированные аудитории, оснащенные персональными компьютерами для обучающихся с подключением к локальной сети филиала и выходом в Интернет необходимы для проведения занятий при изучении учебных дисциплин *Компьютерные технологии и информатика Коммуникации и интернет-технологии в СО (практикум) Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, PR-*

## **5. Характеристики среды Сибирского института управления – филиала РАНХиГС, обеспечивающие развитие социально-личностных компетенций выпускников**

Возможности Сибирского института управления – филиала РАНХиГС в формировании общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников реализуются через мероприятия воспитательного характера.

Воспитательный процесс в Сибирском институте управления – филиале РАНХиГС направлен на формирование гражданской позиции, осознание многонационального своеобразия России, стимулирование социальной зрелости, развитие творческой инициативы и разносторонних способностей студентов.

Для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся созданы все условия и оказывается всяческая поддержка.

В вузе действует Студенческий клуб, дискуссионный клуб «Дебаты» и т.д.

В структурных подразделениях работа ведется в следующих направлениях:

1. Просветительско-познавательном: факультативы для 1-2 курсов: «История Отечества» и др.
2. Культурологическом: филармонические вечера в СиБИУ, выставки-экспозиции художников, народных умельцев, студенческих фоторабот и др.
3. Патриотическом: совместные мероприятия с Советом Ветеранов войны и труда и др. мероприятия.
4. Этно-национальном: вечера землячеств сибирского региона: история, культура, традиции, быт.

В Сибирском институте управления – филиале РАНХиГС действуют различные клубы, объединения и секции: фотостудия, клуб авторской песни, КВН и др.

В Сибирском институте управления – филиале РАНХиГС регулярно проводятся традиционные праздники «Пой, гитара», «Студенческая весна (осень)», фестивали КВН, проводы зимы — «Масленица», День защитника Отечества, День Победы и др.

Основная цель воспитания студентов— формирование у студентов гражданской ответственности и правового самосознания, духовности и культуры, инициативности, самостоятельности, толерантности, способности к успешной социализации в обществе и активной адаптации на рынке труда.

Концепцией воспитательной работы факультета предлагается система мер по содействию в формировании студентов как нравственных личностей, сочетающих в себе такие качества, как доброта, патриотизм, честность, интеллигентность, ответственность.

Воспитательная работа осуществляется преподавателями в процессе как коллективного, так и индивидуального общения со студентами. Профессорско-преподавательский состав кафедры принимает участие в факультетских мероприятиях (дни первокурсника, выпускника, научно-практических и студенческих конференциях), общеакадемических научных конференциях, проводит индивидуальные беседы со студентами.



**6. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки**

Документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся:

- Положение о балльно-рейтинговой системе оценки результатов обучения студентов Сибирского института управления-филиала РАНХиГС.



БЗ	Профессиональный цикл	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12
		ОК-13	ОК-14	ОК-15	ОК-17	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8
		ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20
		ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-29	ПК-30	ПК-31	ПК-32
		ПК-33	ПК-34	ПК-35									
<b>БЗ.Б.1</b>	<b>Коммуникология</b>	ОК-3	ОК-4										
БЗ.Б.1.1	Основы теории коммуникации	ОК-1	ОК-2	ОК-4	ОК-6	ОК-11	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-9	ПК-21	ОК-3	
БЗ.Б.1.2	Социология массовых коммуникаций	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-11	ПК-2	ПК-4	ПК-10	ПК-11
		ПК-22	ПК-23	ПК-27	ПК-28	ПК-30	ПК-32	ПК-33	ПК-34	ПК-35			
БЗ.Б.1.3	Психология массовых коммуникаций	ОК-2	ОК-3	ОК-11	ПК-3	ПК-9	ПК-21						
БЗ.Б.1.4	Теория и практика массовой информации	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-11	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-12			
<b>БЗ.Б.2</b>	<b>Интегрированные коммуникации</b>												
БЗ.Б.2.1	Основы интегрированных коммуникаций (Рекламы и связи с общественностью)	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОК-7	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12
		ОК-13	ОК-14	ОК-15	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-10	ПК-11	ПК-12
		ПК-13	ПК-14	ПК-15									
<b>БЗ.Б.3</b>	<b>Менеджмент</b>												
БЗ.Б.3.1	Основы менеджмента	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-6	ОК-7	ОК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-16	ПК-17	ПК-18
		ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-25								
БЗ.Б.3.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	ОК-3	ОК-7	ОК-10	ПК-1	ПК-3	ПК-6	ПК-9	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-19
		ПК-20	ПК-21	ПК-23	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-31	ПК-34	ПК-35			
<b>БЗ.Б.4</b>	<b>Маркетинг</b>												
БЗ.Б.4.1	Основы маркетинга	ОК-1	ОК-4	ОК-10	ПК-15	ПК-16							
БЗ.Б.4.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ОК-1	ОК-4	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-4	ПК-11	ПК-15	ПК-16	ПК-23	ПК-29	ПК-34
		ПК-35											
БЗ.Б.5	Безопасность жизнедеятельности	ОК-3	ОК-5	ОК-7	ОК-9	ОК-10	ОК-15	ПК-18					
БЗ.В.ОД.1	Введение в специальность	ОК-1	ОК-8	ОК-9	ПК-1								
БЗ.В.ОД.2	PR-технологии (практикум)	ОК-4	ОК-10	ОК-12	ОК-13	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-6	ПК-12	ПК-23	ПК-28
		ПК-31											
БЗ.В.ОД.3	Основы медиапланирования	ОК-1	ОК-4	ОК-10	ПК-1	ПК-2	ПК-6	ПК-8	ПК-12	ПК-19	ПК-20	ПК-23	ПК-27
		ПК-35											
БЗ.В.ОД.4	Брэнддинг	ОК-4	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-4	ПК-7	ПК-12	ПК-14	ПК-28	ПК-35	
БЗ.В.ОД.5	Имиджмейкерство	ОК-4	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-12	ПК-14	ПК-19	ПК-28	ПК-31		
БЗ.В.ОД.6	Реклама в коммуникационном процессе	ОК-4	ОК-5	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-3	ПК-6	ПК-12	ПК-14	ПК-19	ПК-28
		ПК-31											
БЗ.В.ОД.7	Организация социологических исследований	ОК-1	ОК-9	ПК-1	ПК-4	ПК-11	ПК-30	ПК-32	ПК-35				
БЗ.В.ОД.8	Стилистика и литературное редактирование	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ПК-5	ПК-6						
БЗ.В.ОД.9	Технология информационно-аналитической работы	ОК-2	ОК-10	ОК-12	ОК-13	ПК-1	ПК-4	ПК-6	ПК-11	ПК-12	ПК-31	ПК-34	

Б3.В.ОД.10	GR (Технологии взаимодействия с органами власти)	ОК-4	ОК-5	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-3	ПК-9	ПК-12	ПК-23	ПК-25	ПК-35	
Б3.В.ДВ.1.1	Политические коммуникации в России	ОК-1	ОК-2	ОК-8	ОК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-28	ПК-35		
Б3.В.ДВ.1.2	Риторика в СО	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-6	ОК-7	ОК-9	ПК-1	ПК-5	ПК-6	ПК-9	ПК-10	
Б3.В.ДВ.2.1	Консалтинг в СО	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ОК-8	ПК-1	ПК-3	ПК-9	ПК-12	ПК-20	ПК-27	ПК-31	
Б3.В.ДВ.2.2	Политическая элитология	ОК-1	ОК-9	ПК-1	ПК-6	ПК-11	ПК-25	ПК-28	ПК-35				
Б3.В.ДВ.3.1	Общественное мнение и СМИ	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12	ОК-13	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-6	ПК-9
		ПК-11	ПК-12	ПК-14	ПК-23	ПК-26	ПК-27	ПК-30	ПК-32	ПК-35			
Б3.В.ДВ.3.2	Современная пресс-служба	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6
		ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23
		ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-34	ПК-35					
Б3.В.ДВ.4.1	Основы журналистики	ОК-1	ОК-3	ОК-8	ОК-9	ОК-10	ОК-11	ОК-12	ОК-13	ПК-1	ПК-2	ПК-6	ПК-10
		ПК-11	ПК-12	ПК-23	ПК-26	ПК-27	ПК-33	ПК-34	ПК-35				
Б3.В.ДВ.4.2	Современные международные отношения	ОК-1	ОК-9										
Б3.В.ДВ.5.1	Технология эффективного лидерства	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-6	ОК-7	ПК-18	ПК-20	ПК-21	ПК-22		
Б3.В.ДВ.5.2	Корпоративная культура	ОК-1	ОК-3	ОК-4	ПК-1	ПК-9	ПК-26						
Б3.В.ДВ.6.1	Правовое обеспечение рекламы и СО	ПК-24											
Б3.В.ДВ.6.2	PR-обеспечение электоральных процессов	ОК-4	ОК-5	ОК-8	ОК-17	ПК-1	ПК-2	ПК-4	ПК-10	ПК-24	ПК-25	ПК-28	ПК-31
		ПК-35											
Б3.В.ДВ.7.1	Коммуникационный менеджмент	ОК-2	ОК-4	ОК-9	ОК-10	ПК-1	ПК-3	ПК-4	ПК-16	ПК-17	ПК-24	ПК-26	ПК-27
		ПК-31											
Б3.В.ДВ.7.2	Геохронология	ПК-24											
<b>Б4</b>	<b>Физическая культура</b>	<b>ОК-3</b>	<b>ОК-6</b>	<b>ОК-10</b>	<b>ОК-16</b>								
<b>Б5</b>	<b>Практики, НИР</b>	<b>ОК-3</b>	<b>ОК-4</b>	<b>ОК-5</b>	<b>ОК-9</b>	<b>ОК-12</b>	<b>ОК-13</b>	<b>ОК-14</b>	<b>ПК-1</b>	<b>ПК-2</b>	<b>ПК-3</b>	<b>ПК-4</b>	<b>ПК-5</b>
		<b>ПК-6</b>	<b>ПК-7</b>	<b>ПК-8</b>	<b>ПК-9</b>	<b>ПК-10</b>	<b>ПК-11</b>	<b>ПК-12</b>	<b>ПК-13</b>	<b>ПК-14</b>	<b>ПК-15</b>	<b>ПК-16</b>	<b>ПК-17</b>
		<b>ПК-18</b>	<b>ПК-19</b>	<b>ПК-20</b>	<b>ПК-21</b>	<b>ПК-22</b>	<b>ПК-23</b>	<b>ПК-24</b>	<b>ПК-25</b>	<b>ПК-26</b>	<b>ПК-27</b>	<b>ПК-28</b>	<b>ПК-30</b>
		<b>ПК-31</b>	<b>ПК-32</b>	<b>ПК-33</b>	<b>ПК-34</b>	<b>ПК-35</b>							
Б5.У.1	Учебно-производственная практика	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-9	ОК-12	ОК-13	ОК-14	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5
		ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17
		ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-24	ПК-25	ПК-26	ПК-27	ПК-28	ПК-30
		ПК-31	ПК-32	ПК-33	ПК-34	ПК-35							



**Перечень органов и организаций – баз практик, с которыми СибИУ  
имеет заключенные договоры об организации практик студентов**

<b>№ п.п</b>	<b>Орган/организация</b>
1.	Аппарат полномочного представителя Президента Российской Федерации в Сибирском федеральном округе
2.	Законодательное собрание Новосибирской области
3.	Правительство Новосибирской области
4.	Арбитражный суд Новосибирской области
5.	Межрегиональная инспекция Федеральной налоговой службы по Сибирскому федеральному округу
6.	Управление Федеральной налоговой службы по Новосибирской области
7.	Управление Министерства юстиции РФ по Новосибирской области
8.	Управление федеральной службы судебных приставов по Новосибирской области
9.	Управление судебного департамента в Новосибирской области
10.	Управление Федеральной службы РФ по контролю за оборотом наркотиков по Новосибирской области
11.	Управление Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России)
12.	Управление Федеральной миграционной службы по Новосибирской области
13.	Сибирское таможенное управление
14.	Следственное управление Следственного комитета при прокуратуре РФ по Новосибирской области
15.	Избирательная комиссия по Новосибирской области
16.	Государственная инспекция труда
17.	Мэрия города Новосибирска
18.	Ассоциация контрольно-счетных органов субъектов РФ в Сибирском федеральном округе
19.	Государственное автономное учреждение культуры НСО «Новосибирская государственная областная научная библиотека»
20.	Государственное автономное учреждение НСО «Многофункциональный центр организации предоставления государственных и муниципальных услуг НСО»
21.	ОАО «Ростелеком»; Макрорегиональный филиал «Сибирь» Бурятский филиал