

Федеральное государственное
бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
**РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ
НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ**
при Президенте
Российской Федерации
Северо-Западный институт
управления



УТВЕРЖДЕНО

Решение ученого совета
СЗИУ РАНХиГС
протокол от 16 декабря 2014 г.
№ 4

Директор _____ В.А. Шамахов

« 16 » _____ 2014г.



**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

По направлению подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

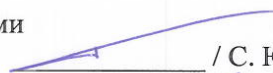
Квалификация (степень)
«бакалавр»

Форма обучения
Очная


САНКТ-ПЕРЕБУРГ
2014

СОГЛАСОВАНО:


Зав. кафедрой управления общественными
отношениями, д.и.н., профессор

 / С. Ю. Чимаров

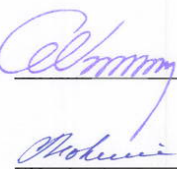
Декан ФСТ

 / В. Н. Киселев

Заместитель директора СЗИУ

 / Е.А. Китин

Зам. Начальник УМУ СЗИУ

 / Т.А. Павлова

Аннотация программы

Образовательная программа высшего образования по направлению
42.03.01 Реклама и связи с общественностью, общий профиль

Правообладатель программы: СЗИУ РАНХиГС.
Нормативный срок освоения программы 4 года по очной форме обучения.

Степень выпускника «бакалавр».

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1.	Общие положения	4
1.1.	Определение основной образовательной программы	4
1.2.	Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата	4
1.3.	Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования (бакалавриат)	5
1.4.	Требования к абитуриенту	6
2.	Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата	7
2.1	Область профессиональной деятельности выпускника	7
2.2	Объекты профессиональной деятельности выпускника	7
2.3	Виды профессиональной деятельности выпускника	8
2.4	Задачи профессиональной деятельности выпускника	8
3.	Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ООП ВО	9
4.	Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата	14
4.1.	График учебного процесса и учебный план	15
4.2.	Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)	18
4.3.	Программы учебной и производственных практик	19
5.	Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата	22
5.1	Кадровое обеспечение	22
5.2	Учебно-методическое и информационное обеспечение	23
5.3	Материально-техническое обеспечение	26
5.4	Финансовое обеспечение	26
6.	Характеристики среды Института, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников	27
7.	Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата	30
8.	Государственная итоговая аттестация выпускников ООП бакалавриата	32
9.	Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки студентов	34
10.	Регламент по организации периодического обновления ООП ВО в целом и ее составляющих документов.	35
	Приложение 1. Учебный план по направлению по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (общий профиль) с графиком учебного процесса	
	Приложение 2. Рабочие программы дисциплин	
	Приложение 3. Рабочие программы практик	
	Приложение 4. Сведения об основных преподавателях, привлекаемых к реализации ООП	
	Приложение 5. Программа государственной итоговой аттестации по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (общий профиль)	

1. Общие положения

1.1. Определение основной образовательной программы

Основная образовательная программа (ООП) подготовки бакалавров, реализуемая Факультетом социальных технологий СЗИУ по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (общий профиль), представляет собой согласованную в установленном порядке и утвержденную директором СЗИУ РАНХиГС систему документов, разработанную выпускающей кафедрой управления общественными отношениями с учетом потребностей регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 марта 2010 № 221, а также с учетом рекомендованной примерной основной образовательной программы ВПО (ПрООП ВПО).

ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы дисциплин, программы практик, программу государственной итоговой аттестации другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

ООП подлежит ежегодному обновлению с учетом развития науки, культуры, техники, технологий и культурной сферы.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата.

Нормативную правовую базу разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (общий профиль) составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Приказ Минобрнауки России от 19.12.2013 № 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 образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»), утвержденный

приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 марта 2010 г. № 221;

- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 31 мая 2011 г. № 1975 «О внесении изменений в федеральные образовательные стандарты высшего профессионального образования» (зарегистрирован 28 июня 2014 г. № 21200);

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России (например, инструктивное письмо Минобрнауки России от 28.12.2009 г. № 032672 «О разработке примерных основных образовательных программ профессионального образования»; инструктивное письмо Минобрнауки России от 13.05.2010 г. № 03956 «О разработке вузами основных образовательных программ»);

1.3. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования

Сроки освоения и общая трудоемкость ООП бакалавриата.

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью нормативный срок, общая трудоемкость освоения основной образовательной программы (в зачетных единицах) и соответствующая квалификация (степень) приведены в таблице 1.

Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация
(степень) выпускников

Таблица 1

Наименование ООП	Квалификация (степень)		Нормативный срок освоения ООП (для очной формы обучения), включая последиplomный отпуск	Трудоемкость(в зачетных единицах)
	код в соответствии с принятой классификацией ООП	наименование		
ООП бакалавриата	62	бакалавр	4 года	240

Сроки освоения основной образовательной программы бакалавриата по очно-заочной (вечерней) и заочной формам обучения, а также в случае сочетания различных форм обучения могут увеличиваться на один год относительно нормативного срока, указанного в таблице 1 на основании решения ученого совета высшего учебного заведения

В соответствии с разделом III ФГОС ВПО трудоемкость освоения

студентом ООП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет 240 зачетных единиц (8968 часов), не включая факультативы (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам) за весь период.

Таблица 2

№ п/п	Циклы	Очная форма обучения
1	Гуманитарный, социальный и экономический цикл (Б1)	60 ЗЕТ (2160 часов)
2	Математический и естественнонаучный цикл (Б2)	12 ЗЕТ (432 часа)
3	Профессиональный цикл (Б3)	128 ЗЕТ (4608 часов)
4	Физическая культура (Б4)	
5	Практики, НИР (Б5)	23 ЗЕТ (828 часов)
7	Государственная итоговая аттестация (Б6)	15 ЗЕТ (540 часа)

В том числе:

а) очная форма обучения - аудиторная трудоемкость учебных циклов составляет 111.1 ЗЕТ (4000 часов);

Трудоемкость освоения образовательной программы в год для очной формы обучения составляет 60 зачетных единиц.

1.4. Требования к абитуриенту

Предшествующий уровень образования абитуриента – среднее общее образование, среднее профессиональное образование. Для образовательной программы второго высшего образования – высшее образование любого уровня. Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем образовании.

Порядок и правила проведения вступительных испытаний, а также основания для зачисления абитуриентов на образовательную программу определяются Правилами приёма в федеральное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета на 2014/15 учебный год».

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП бакалавриата.

В результате обучения бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связей с общественностью должен быть способен на основе сформированных общекультурных и профессиональных компетенций эффективно вести самостоятельную профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью.

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.1. ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью 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.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.2 ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

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

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.3 ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи, бакалавр готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

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

2.4.Задачи профессиональной деятельности выпускника

В соответствии с п. 4.4 ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, бакалавр 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.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ООП ВО.

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

деятельности.

В соответствии с п. 5.1 ФГОС ВПО по направлению (41.03.06.62) Реклама и связи с общественностью в результате освоения ООП выпускник должен обладать следующими компетенциями:

Общекультурными компетенциями (ОК):

- владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);
- готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);
- умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);
- стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);
- умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);
- использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);
- использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);
- способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);
- владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

- способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);
- владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);
- владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);
- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Профессиональными компетенциями (ПК):

Общепрофессиональные (ПК):

- 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-аналитическая деятельность:

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и

динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

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

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

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

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

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

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

В учебном плане представлена матрица соответствия компетенций, показывающая взаимосвязь между компетенциями, устанавливаемыми ФГОС, дисциплинами (модулями), в ходе изучения которых данные компетенции формируются, а также практиками и итоговой государственной аттестацией. Контроль сформированности компетенций проводится в ходе текущей и промежуточной аттестаций (включая защиту отчетов по практике), а также в ходе государственной итоговой аттестации. Рабочие программы дисциплин, программы практик содержат паспорта комплекта оценочных средств, включающие критерии для оценки формируемых компетенций.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата

В соответствии с Приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 № 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»; Уставом Академии и ФГОС ВПО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ООП регламентируется:

- учебным планом с учетом его специализации;
- рабочими программами дисциплин;
- материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся;
- программами учебных и производственных практик;
- годовым календарным графиком учебного процесса, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1.График учебного процесса и учебный план

График учебного процесса устанавливает последовательность и продолжительность реализации ООП ВО по годам: теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, промежуточных и итоговых аттестаций и каникул. Он разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в структуру учебного плана.

Учебный план отображает логическую последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций.

Общая трудоемкость дисциплин (модулей) составляет **240** зачетных единиц (**8640** часов), не включая факультативы.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. В вариативных частях учебных циклов выпускающей кафедрой сформированы перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей ПрООП ВПО.

Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся установлен Ученым советом факультета. Для каждой дисциплины, практики указаны виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

Учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, с графиком учебного процесса представлен в **приложении 1**.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью ООП, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин. В целом в учебном процессе они

составляют **20,7%** (в соответствии с п. 7.3 ФГОС ВПО не менее 20%) аудиторных занятий для очной формы обучения.

Доля базовых дисциплин в общем объеме дисциплин по первым трем циклам составляет **50%**.

Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют **39,9%** (в соответствии с п. 7.3 ФГОС ВПО не более **40%**) аудиторных занятий для очной формы обучения.

Доля дисциплин по выбору студента в общем объеме вариативной части по первым трем циклам составляет 33,6 % вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам (в соответствии с п.7.5. ФГОС ВПО не менее **одной трети вариативной части суммарно** по циклам Б.1, Б.2, Б.3).

Обучающимся предоставляется право в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин по выбору, предусмотренных ООП, выбирать конкретные дисциплины, а также изучать факультативные дисциплины, предусмотренные учебным планом. Факультеты оказывают консультационную поддержку обучающимся по выбору дисциплин и их влиянию на будущий профиль подготовки при формировании их индивидуальной траектории.

Максимальный объем учебной нагрузки обучающихся составляет не более **54** академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативных дисциплин, устанавливаемых вузом дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися.

Средний объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы по очной форме обучения составляет **27,7** академических часов (в соответствии с п.7.7 ФГОС ВПО не более **36** часов). В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре.

Раздел «Физическая культура» трудоемкостью две зачетные единицы реализуется: при очной форме обучения в объеме **400** часов аудиторных занятий, при этом объем практической подготовки составляет **400 часов** (в соответствии с п. 7.10. ФГОС ВПО раздел «Физическая культура» трудоемкостью две зачетные единицы реализуется: при очной форме обучения в объеме не менее **400** часов аудиторных занятий, при этом объем практической подготовки должен составлять **360 часов**).

ООП бакалавриата вуза по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью включает практические занятия в объеме 64,1 процентов от объема аудиторных занятий по следующим дисциплинам (модулям) базовой части: основы менеджмента (в рекламе и связях с общественностью),

организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, основы маркетинга, маркетинговые исследования и ситуационный анализ (в рекламе и связях с общественностью), а также по дисциплинам (модулям) вариативной части, рабочие программы которых предусматривают цели формирования у обучающихся профессиональных умений и навыков – основы конфликтологии в рекламе и связях с общественностью, внемедийные коммуникации, семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью, управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью, государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности, медиапланирование и др. (п. 7.13 ФГОС ВПО).

Общий объем каникулярного времени в учебном году составляет **7-9** недель, в том числе **две** недели в зимний период (в соответствии с п. 7.9 ФГОС ВПО общий объем каникулярного времени в учебном году составляет **7-10** недель, в том числе не менее **двух** недель в зимний период).

Аудиторная нагрузка студентов включает в себя лекционные, практические (семинарские) и лабораторные виды занятий. **Внеаудиторная** нагрузка по количеству часов **составляет примерно 55 % по очной форме обучения** от общего количества часов теоретического обучения и предполагает выполнение студентами курсовых работ, контрольных заданий, подготовку к практическим, а также к зачетам и экзаменам, изучение материалов на портале дистанционного обучения Института (de.sziu.ru), выполнение на данном портале тестовых заданий. Самостоятельная работа организуется в форме выполнения курсовых работ, изучения основной и дополнительной литературы, подготовку презентаций, участия в научно-исследовательской работе кафедры под руководством преподавателя, привлечения к организации и проведению тематических круглых столов и конференций, выполнения индивидуальных заданий, направленных на формирование таких компетенций, как способность к саморазвитию, самостоятельному поиску информации, овладение навыками сбора и обработки информации, что позволяет сформировать профессиональные качества.

4.2. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

В рабочей программе четко сформулированы конечные результаты обучения.

Структура и содержание рабочих программ включают:

- цели освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
- компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины,
- разделы дисциплины, темы лекций и вопросы, виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах),
- образовательные технологии,
- оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы, студентов,
- учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплин, рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная),
- материально-техническое обеспечение дисциплин.

Рабочие программы составлены для дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента, по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и находятся на соответствующей кафедре.

Рабочие программы дисциплин представлены в **приложении 2**.

4.3. Программы учебной и производственной практик

В соответствии с разделом VII, п.7.15. ФГОС ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью учебная и производственная 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.

Практики проводятся в организациях и учреждениях по профилю подготовки, практика может быть пройдена:

- в министерствах, ведомствах и других государственных учреждениях в подразделениях по связям с общественностью и средствами массовой информации;
- в краевых, областных, городских, местных администрациях;
- в штабах политических партий, объединений;
- в государственных, производственных и международных структурах;

- в средствах массовой информации;
- в коммерческих структурах, частных компаниях, коммуникационных и рекламных агентствах;
- в общественных и некоммерческих организациях;
- в научных и учебных организациях и т.д.

Аттестация по итогам практики предусматривает: наличие плана практики, характеристику с места практики, отзыв руководителя практики и устный (или письменный) отчет обучающегося. По результатам аттестации обучающему выставляется дифференцированная оценка.

4.3.1. Аннотированная программа учебной практики

Учебная практика предусмотрена ФГОС ВО и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью объемом 216 часов (6 ЗЕТ) проводится во 2 и 4 семестрах.

Таблица 3

Цель учебной практики	Закрепление в ходе практической деятельности знаний и навыков, полученных в процессе обучения по направлению «Реклама и связи с общественностью»
Место учебной практики в учебном плане	Б5.У.1 2 семестр, 4 семестр
Формируемые компетенции	ОК-5, ОК-12, ОК-13, ПК-1, ПК-5, ПК-9, ПК-12, ПК-14, ПК-27, ПК-30, ПК-32
Знания, умения и навыки, получаемые в результате прохождения учебной практики	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • специфику работы конкретной организации (подразделения, специалиста) по «связям с общественностью», особенности технологий подготовки и проведения PR-мероприятия в конкретной сфере; • организационно-распорядительные документы организации, отражающие особенности ее коммуникативной политики; • периодические материалы, издаваемые PR-подразделениями; • основные инструменты и технологии, используемые в работе данного подразделения; • целевые аудитории организации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • готовить информационные обзоры, пресс-релизы, информационные бюллетени и т.д.; • изучать и оценивать факторы, влияющие на конкурентоспособность. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • современными методиками поиска, сбора и обработки информации; • навыками самостоятельной исследовательской работы.
Этапы учебной практики	<ul style="list-style-type: none"> • знакомство с местом прохождения практики; • изучение функций структурного подразделения; • выполнение индивидуальных заданий;

	• оформление результатов практики.
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	Положение о Практике; документация с базы практики; интернет ресурсы
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Программа учебной практики разработана выпускающей кафедрой управления общественными отношениями, и также приведена в **приложении 3**.

4.3.2. Аннотированная программа производственной практики

Производственная практика предусмотрена ФГОС ВПО и учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью объемом 612 часов (17 ЗЕТ) проводится в 5,6.8 семестрах.

Таблица 4

Цель производственной практики	<p>Закрепление в ходе практической деятельности знаний и навыков, полученных в процессе обучения по направлению «Реклама и связи с общественностью»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • углубление знаний в области постановки задач и организации работы учреждений по «связям с общественностью»; • систематизация, закрепление и расширение теоретических знаний для решения конкретных PR-задач; • овладение навыками организации и управления пресс-центром, пресс-службой, отделом по связям с общественностью, центром общественных связей; • активное участие в организации и проведении специальных мероприятий и PR-акций; • овладение навыками ведения баз данных организации; • развитие творческого потенциала, способности самостоятельно формулировать цели, идеи и разрабатывать приемы PR-работы; • освоение практических приемов и методов работы PR-специалистов, основных технологий и направлений PR-работы в конкретной сфере, основных методик решения конкретных задач, специфических особенностей PR-работы в различных сферах; • использование полученных теоретических знаний в практической деятельности: работы с информационными источниками и материалами, работы с использованием оргтехники, осуществления различных видов PR-деятельности в конкретной сфере, осуществления квалифицированного анализа и обработки информационных материалов, организации деловой коммуникации с коллегами, клиентами и широкой общественностью, организации работы со СМИ, ведения протоколно-деловых мероприятий.
---------------------------------------	---

Место производственной практики в учебном плане	Б5.П.1 5,6,8 семестр
Формируемые компетенции	ОК-3, ОК-4, ОК-9, ОК-14, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-10, ПК-11, ПК-13, 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-28, ПК-31, ПК-33, ПК-34, ПК-35
Знания, умения и навыки, получаемые в результате прохождения производственной практики	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность; • под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия; • под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях; • обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы; • проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий; • навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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; • базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга;
Этапы производственной практики	<ul style="list-style-type: none"> • знакомство с местом прохождения практики • изучение функций структурного подразделения • выполнение индивидуальных заданий по специализации • оформление результатов практики
Используемые информационные, инструментальные и программные средства	Положение о Практике; документация с базы практики; интернет ресурсы
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

Программа производственной практики разработана выпускающей кафедрой управления общественными отношениями и представлена в

приложении 3.

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП бакалавриата

Ресурсное обеспечение ООП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки, и включает в себя кадровое, учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение.

5.1. Кадровое обеспечение

Реализация основных образовательных программ бакалавриата должна обеспечиваться научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (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 свыше 60 процентов, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности) и (или) ученое звание профессора имеют более шести процентов преподавателей.

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

До 10 процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

Сведения об основных преподавателях, привлекаемых к реализации ООП, приведены в **приложении 4**.

5.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение

В соответствии с п.7.17 ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) основной образовательной программы.

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

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. При этом полностью обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее чем 25 процентов обучающихся.

Библиотечный фонд Института укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части цикла Б1 «Гуманитарный, социальный и экономический цикл» - за последние пять лет), из расчета 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся (в соответствии с п. 7.17. ФГОС ВПО – не менее 25 экземпляров).

Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете один-два экземпляра на каждые 100 обучающихся (в соответствии с п. 7.17.ФГОС ВПО – не менее 1-2 экземпляров).

По каждому циклу дисциплин имеются учебно-практические пособия и учебно-методические материалы в электронном виде.

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

Для обеспечения научно – образовательного процесса СЗИУ в научной библиотеке сформирован обширный фонд учебной и научной литературы, отражающий современное развитие науки и общества. В настоящее время фонд библиотеки расположен на четырех площадках.

На сегодняшний день в научной библиотеке СЗИУ создана локальная сеть и автоматизированы все технологические операции: от заказа книги из издательства до выдачи ее читателю.

На сайте научной библиотеки <http://nwira.ru> читатель может получить всю необходимую информацию о работе библиотеки и ее мероприятиях. К услугам читателей предлагаются следующие информационные продукты:

- электронный каталог библиотеки;
- полнотекстовые электронные коллекции по разным дисциплинам, где собираются оцифрованные статьи из книг, журналов и газет по определенной учебной и научной тематике;
- база данных трудов наших преподавателей;
- аннотированные библиографические указатели;
- информационные пакеты для факультетов;
- виртуальные выставки;
- путеводители по интернет – ресурсам.

Для пользователей научной библиотеки предоставлены необходимые для учебно-исследовательской деятельности электронные информационные ресурсы, в том числе и гуманитарные ресурсы мировых изданий. Такие как электронно – библиотечные системы «Айбукс», «Лань»; Электронная библиотека ИД «Гребенников», «Ист – Вью», «Рубрикон», Электронная библиотека диссертаций РГБ, EbscoPublishing, Emerald, доступ к которым осуществляется с любого устройства подключенного к сети Интернет в любое время и в любом месте, благодаря тому, что на сервере библиотеки установлено специализированное программное обеспечение (ez-прокси-сервер). В соответствии с частью 4 ГК РФ читатели имеют возможность бесплатно ксерокопировать необходимые им учебные материалы.

Научная библиотека СЗИУ постоянно совершенствует информационно-коммуникативные сервисы, которые позволяют получить информацию.

1. Коммуникативные услуги, направленные на реализацию общения с читателями, (например, работает служба «Виртуальный библиограф-онлайн», готовая ответить на вопросы не только по использованию ресурсов, но и на любые другие по профилю деятельности библиотеки.)
2. Библиотечно-библиографические услуги, конечным результатом которых является выдача библиографических справок и изданий, в том числе электронных (например, существует «служба электронного информирования читателя», «автоматизированная книговыдача»)
3. Консалтинговые, образовательные услуги, консультирование по вопросам библиотечно-библиографической культуры и

- информационной грамотности (например, проведение тренинг – семинаров, индивидуальное обучение работе с ресурсами, интерактивные курсы информационной компетентности специалиста)
4. Сервисные услуги, направленные на повышение уровня комфортности обслуживания пользователей. (позволяющие, не приходя в библиотеку, но зарегистрированному в ней преподавателю или студенту заказывать и бронировать необходимые издания. Это «электронный заказ изданий из фонда библиотеки»).

Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляться в Институте с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и защите сведений, составляющих государственную тайну, а также международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Большое внимание в Институте уделяется развитию современной информационно-технической базы для обеспечения образовательного процесса.

5.3. Материально-техническое обеспечение

В соответствии с п.7.19 ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Институт, реализующий ООП бакалавриата, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом вуза и соответствующей действующим санитарным и противопожарным нормам и правилам. Перечень материально-технического обеспечения включает в себя:

- оборудованные мультимедийным оборудованием и звуко-акустической системой лекционные залы;
- лингафонные кабинеты для проведения занятий по дисциплине «Иностранный язык»;
- компьютерные классы для проведения занятий по дисциплине «Компьютерные технологии и информатика»;
- учебные лаборатории.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного

обеспечения, который ежегодно обновляется по заявкам факультетов и кафедр.

№ п/п	Показатель МТО	Значение показателя
1.	Количество аудиторий	18
2.	Количество аудиторий, оборудованных мультимедийной техникой	15
3.	Количество компьютеров, используемых в учебном процессе	105
4.	Количество компьютеров, используемых для самостоятельной работы студентов	4
5.	Количество аудиторий, имеющих выход в Интернет	15

5.4 Финансовое обеспечение

В соответствии с пунктом 7.18 ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью финансирование реализации образовательных программ осуществляется в объеме не ниже установленных нормативов финансирования вузов.

По данным Минобрнауки, на каждого студента из Федерального бюджета тратится от 63 до 112 тысяч рублей в год.

Базовая стоимость обучения по основной образовательной программе по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 на договорной основе на 2014 г. приема запланирована 99 тысяч рублей в год.

6. Характеристики среды Института, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников

В области воспитания личности целью ООП по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является формирование универсальных (общих): социально-личностных, общекультурных, общенаучных, инструментальных и системных знаний, умений и компетенций, позволяющих выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности и быть постоянно востребованным на рынке труда.

ФГБОУ ВПО «Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ» последнее десятилетие работы позиционируется на рынке образовательных услуг региона как вуз с сильными традициями создания внутри вуза особой образовательной и социокультурной среды, формирования атмосферы взаимопонимания и сотрудничества между всеми системными элементами образовательного

процесса, реализацией в вузе модели воспитания по принципам «ответственной образовательной среды».

Основные направления учебно-воспитательного процесса и внеучебной работы со студентами Института были заложены в Концепциях этой работы, принимаемыми Ученым Советом вуза сроком на 5 лет. Первая такая Концепция была утверждена в 2004 г., вторая – в 2009 г. В настоящее время действует «Концепция работы со студентами и молодежью в СЗИУ РАНХиГС на период 2014 – 2018 годов и на перспективу до 2020 года», которая была утверждена решением Ученого Совета Института в феврале 2014 г.

В Институте существует целый ряд подразделений, специально созданных для управления социально-культурными процессами в вузе, как в студенческой среде, так и среди научно-педагогических и административных работников Института, а также множество общественных организаций, способствующих развитию и укреплению духовно-нравственных, гражданско-патриотических и общекультурных качеств обучающихся.

В настоящее время в Институте действует модель студенческого самоуправления (далее - ССУ), основанная на принципах гражданско-демократического участия, предусматривающая в качестве основных элементов:

- широкое распространение в Институте студенческих общественных организаций, построение в студенческой среде вуза мини-модели гражданского общества;
- наличие в структуре ССУ разноуровневых органов общественной самодеятельности – студенческих советов факультетов, студенческого совета общежития, студенческого совета Института, а также студенческих организаций и самодеятельных сообществ по интересам;
- формирование Студенческого совета Института через проведение выборов Президента Студенческого совета вуза и его команды тайным прямым голосованием всех студентов Института через выдвижение избираемых кандидатур как от организованных групп студентов, так и путем самовыдвижения со сбором подписей в поддержку кандидата.

Количество студенческих общественных объединений, являющихся частью системы ССУ, в настоящее время составляет 11 объединений, каждое из которых насчитывает от 25 до 40 чел. Кроме того, в систему ССУ входят студенческие советы 6 факультетов, студенческие советы социального техникума и общежития, а также Студенческий совет Института, состоящий из 2-х палат – исполнительной и представительной, и возглавляемый Президентом Студенческого совета.

Общее количество студентов, участвующих в работе органов ССУ, составляет около 450 чел. или около 15% от общего числа студентов дневного отделения очной формы обучения.

Студенты Института, которые активно участвуют в общественной работе, регулярно выезжают на форумы студенческой молодежи, образовательные Форумы «Ладога», «ВСмысле», «Селигер», «Летний кампус Президентской Академии» и др., становятся лауреатами и победителями региональных (городских и областных) конкурсов «Лидер 21 века», «Студент года Санкт-Петербурга», конкурса бизнес-идей «Молодые, дерзкие, перспективные» и др., а также стипендиатами Правительства Санкт-Петербурга, правительств других регионов и Правительства РФ.

Среди студентов Института также есть победители и призеры деловых игр и конкурсов всероссийского уровня, например, таких, как экономическая игра «Бизнес-баттл» и конкурс «Моя инициатива в образовании».

Кроме того, в Институте работают культурно-творческие объединения – театральная студия, хор, студия эстрадного танца, на каждом факультете есть своя команда КВН. Общее число студентов, занимающихся этими видами творчества, составляет более 100 чел. В Институте традиционно проводятся конкурсы «Мистер Института» и «Мисс Института». Студенты Института участвуют и побеждают в региональных конкурсах студенческого творчества «Студенческая весна», «Арт-студия» и аналогичных, и часто принимают участие в межрегиональных и всероссийских мероприятиях этого же бренда.

Кроме того, Институт является инициатором и основным организатором таких, тоже уже традиционных, молодежных городских и международных конкурсов и фестивалей, как фестиваль «Город нашей дружбы», «Санкт-Петербургский городской конкурс ораторского мастерства», «Международный молодежный конкурс ораторской речи «Царскосельский».

В Институте с 2004 г. для студентов дневной очной формы обучения действует уникальная система общественного рейтинга студентов, которая позволяет учитывать достижения обучающихся в учебной, научной, общественной, культурно-творческой и спортивной деятельности и по итогам которого проводится назначение лучшим студентам персональных грантов/стипендий директора. Результаты рейтинга также учитываются при решении вопроса о предоставлении обучающимся места в студенческом общежитии.

С целью формирования корпоративной культуры в студенческой среде в Институте ежегодно проводятся такие традиционные мероприятия, как праздник «Посвящение в первокурсники», «Спортивно-туристский слет», «Фестиваль творчества первокурсников», «Школа актива первокурсников»,

ролевая игра «Территория власти», Недели каждого из факультетов, торжественное вручение дипломов выпускникам и др.

Активно используется для проведения мероприятий со студентами загородный Учебно-образовательный Центр «Академия», вместимостью до 120 проживающих, на базе которого проводятся выездные мероприятия различной направленности – семинары, тренинги, школы актива и т.д.

Воспитательная работы в Институте курируется Управление работы со студентами и молодежью, в которое входят два отдела (отдел внеучебной работы со студентами и отдел студенческого самоуправления и молодежных проектов) и два центра (Центр студенческого творчества и массовых мероприятий и Научно-исследовательский центр молодежи «Курс»).

На всех факультетах введена должность заместителя декана, курирующего вопросы воспитательной и внеучебной работы. Ко всем учебным группам первокурсников прикреплены кураторы учебных групп из числа научно-педагогических работников, а также, дополнительно, из числа студентов старших курсов – членов студенческого клуба «Куратор».

Работа со студентами и молодежью в Институте ведется на основании формируемых в установленном порядке ежегодных, квартальных и месячных Планов работы, а также Планов работы к отдельным, наиболее значимым событиям в жизни страны, например, к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне.

Финансируется эта деятельность на основе ежегодно формируемого графика государственного заказа, а также утверждаемых в установленном порядке смет на проведение отдельных мероприятий.

Таким образом, в СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ сформирована необходимая образовательная и социокультурная среда для обеспечения развития общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП бакалавриата

В соответствии с п. 8.2 ФГОС ВПО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 и Приказом Минобрнауки России от 19.12.2013 № 1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры», а так же Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном

бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (с изм. и доп. от 7 июня 2013г.) и Приказом РАНХиГС от 31 декабря 2013 г. № 01-6560 «Об утверждении Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС», оценка качества освоения ООП бакалавриата включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую государственную аттестацию обучающихся.

Институтом созданы условия для максимального приближения системы контроля качества освоения обучающимися ООП к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью, кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов активно привлекаются работодатели (представители заинтересованных организаций), преподаватели, читающие смежные дисциплины (п. 8.4.ФГОС ВПО).

Обучающимся предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей (п. 8.5.ФГОС ВПО).

Фонды оценочных средств входят в рабочие программы дисциплин и программы практик. При создании фонда оценочных средств для оценки качества освоения ООП, необходимо учитывать ряд разноплановых условий:

- дидактико-диалектическую взаимосвязь между результатами образования и компетенциями;
- компетенции формируются и развиваются не только через усвоение содержания образовательных программ, но и самой образовательной средой обучения и используемыми образовательными технологиями соответственно и данные параметры должны проходить процедуру оценки;
- при оценивании уровня сформированности компетенций студентов должны создаваться условия максимального приближения к будущей профессиональной практике; кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов должны активно использоваться работодатели, обучающиеся выпускных курсов, преподаватели смежных дисциплин и др.;
- помимо индивидуальных оценок должны использоваться групповые оценки и взаимооценки: рецензирование обучающимися работ друг друга; оппонирование студентами проектов, дипломных, исследовательских работ и др.; экспертные оценки группами из студентов, преподавателей и работодателей и др.;
- по итогам оценивания следует проводить анализ достижений, подчеркивая, как положительные, так и отрицательные индивидуальные и групповые результаты, обозначая пути дальнейшего развития.

Оценивание сформированности компетенций, представляет собой оценку достижения студентов планируемых результатов по отдельным дисциплинам и по программе в целом.

Система оценки результатов освоения дисциплин предполагает наличие **различных уровней достижения планируемых результатов** при построении всей системы оценки студента.

Все виды контрольно-оценочных средств по учебным дисциплинам могут оцениваться следующим образом: в процентном отношении объема освоения дисциплины (баллы), в процентном отношении качества усвоения программы, в уровневом отношении, в виде отметки. Соотношение между различными оценками представлено в таблице 5.

Шкалы оценки (для дисциплин)

Таблица 5

Уровневая шкала	Отметка в 5-балльной шкале	Процентная шкала объема освоения (баллы)	Отметка в системе «зачтено-не зачтено»
высокий	«отлично» / «5»	86-100 %	зачтено
стандартный	«хорошо» / «4»	66-85 %	зачтено
базовый	«удовлетворительно» / «3»	51-65%	зачтено
ниже среднего	«неудовлетворительно» / «2»	0-50 %	не зачтено

В соответствии с п. 8.2 ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ООП включает фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: контрольные вопросы и задания для практических занятий; лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику курсовых работ, докладов и т.д.

В соответствии с учебным планом промежуточная аттестация предусматривает проведение экзаменов, зачетов, защиту курсовых работ. По всем перечисленным видам промежуточной аттестации, а так же для текущей аттестации, разработаны комплекты оценочных средств которые представлены в рабочих программах дисциплин и учебно-методической документации. Достижение обучающимися каждого из планируемых результатов обучения по дисциплине (знания, умения, владение) подтверждается с помощью хотя бы одного средства из комплекта оценочных средств. Результаты оценивания выражаются в баллах в соответствии с

балльно-рейтинговой системой. В комплектах оценочных средств представлены предметы оценивания, а также показатели и критерии оценки.

8. Государственная итоговая аттестация выпускников ООП бакалавриата

Итоговая аттестация выпускников по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Итоговая государственная аттестация включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной (бакалаврской) работы.

Государственные экзамены по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью позволяют выявить и оценить теоретическую подготовку студента к решению профессиональных задач, готовность к основным видам профессиональной деятельности и включает проверку знаний и умений в соответствии с содержанием основных учебных дисциплин и общими требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки.

Выпускная квалификационная работа бакалавра должна носить практическую направленность в соответствии с выбранным профилем подготовки и предполагает выявить подготовленность студента по:

- систематизации, закреплению и расширению теоретических знаний и практических навыков по выбранной образовательной программе;
- применению полученных знаний при решении конкретных теоретических и практических задач;
- развитию навыков ведения самостоятельной работы;
- применению методик исследования и экспериментирования;
- умению делать обобщения, выводы, разрабатывать практические рекомендации в исследуемой области.

Тематика выпускных квалификационных работ разрабатывается выпускающими кафедрами и утверждается решением Совета факультета СЗИУ. При этом студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы, вплоть до предложения собственной тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

При подготовке выпускной квалификационной работы каждому студенту назначается научный руководитель.

В выпускной квалификационной работе, студент должен показать:

- прочные теоретические знания по избранной теме и проблемное изложение теоретического материала;

- умение изучать и обобщать литературные источники, решать практические задачи, делать выводы и формулировать предложения;
- навыки проведения анализа и расчетов, владения современной вычислительной техникой;
- умение грамотно применять методы оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых мероприятий.

Программа Государственной итоговой аттестации представлена в **приложении 5**.

9. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки студентов

1. Положение об организации и осуществлении в РАНХиГС образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ от 14 мая 2014 г № 02-129);

2. Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ (Приказ Минобрнауки России от 09 января 2014 г. № 2);

3. Проект приказа Минобрнауки России «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»

4. Положение об итоговой государственной аттестации выпускников ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (от 24 января 2012 г.);

5. Положение о выпускной квалификационной работе по программам ВПО ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (от 24 января 2012 г.);

6. Положение об организации самостоятельной работы студентов ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (от 24 января 2012 г.);

7. Положение о формировании фонда оценочных средств в ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (от 24 января 2012 г.);

8. Положение о студенческом самоуправлении в ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Северо-Западный институт управления (от 23 октября 2013 г.);

9. Положение о Комиссии по качеству образования СЗИУ РАНХиГС (от 15 декабря 2014 г.);

10. Положение о практике студентов ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (от 24 января 2012 г.).

10. Регламент по организации периодического обновления ООП ВО в целом и составляющих ее документов

Обновление ООП ВО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется в случае изменений, вносимых Приказами Минобрнауки России в образовательный стандарт, на основании которого составлена настоящая программа.

Составляющие образовательной программы – учебный план, рабочие программы дисциплин, программы практик, программа государственной итоговой аттестации подлежат актуализации и/или переутверждению ежегодно.

Приложение 4. Сведения об основных преподавателях, привлекаемых к реализации ООП

№ п/п	Ф.И.О. преподавателя	Звание, степень, занимаемая должность	Преподавательская деятельность (читаемые дисциплины, руководство НИР, ВКР)	Примечания
1	Герасимов Роман Михайлович	Доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Современная пресс-служба • Руководство ВКР 	Преподаватель-практик. Ведет практическую деятельность на телеканале «5 канал»
2	Горбатова Наталья Валентиновна	Канд.полит.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Консалтинг в связях с общественностью • Управление общественными отношениями • Руководство ВКР 	
3	Гришанина Анастасия Николаевна	Доцент, канд.филол.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Технологии манипулирования общественным мнением • Организация и проведение PR-кампаний в сфере связей с общественностью • Руководство ВКР 	Психолог-консультант, эксперт по медиаобразованию Северо-запада РФ
4	Киселев Владимир Николаевич	Декан ФСТ, доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Внемедийные коммуникации • Руководство ВКР 	
5	Кузнецова Ольга Александровна	Доцент, канд.соц.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Основы менеджмента (в рекламе и связях с общественностью) • Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью • Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях • Управление проектами в связях с общественностью и рекламе • Имиджелогия • Руководство ВКР 	Руководитель студенческого научного кружка «PR-club»
6	Левина Светлана Александровна	Канд.соц.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Основы теории коммуникации • Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) • Основы корпоративной культуры в связях с общественностью 	
7	Марков Александр Анатольевич	Доцент, канд.юр.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной 	

			<p>деятельности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы • Руководство ВКР 	
8	Низовцева Наталья Федоровна	Доцент, канд.экон.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Студенческий пресс-центр • Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью • Маркетинговые исследования • ситуационный анализ (в рекламе и связях с общественностью) • Управление общественными отношениями • Руководство ВКР 	
9	Пак Екатерина Максимовна	Старший преподаватель	<ul style="list-style-type: none"> • Медиапланирование • Основы медиапланирования 	
10	Сосновская Анна Михайловна	Доцент, канд.филол.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью • Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе • Выпуск газеты • Руководство ВКР 	Член Союза Журналистов СПб, член ассоциации социологов СПАС
11	Стегарев Сергей Тимофеевич	Доцент, канд.фил.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Теория и практика массовой информации • Руководство ВКР 	
12	Тарасова Юлия Александровна	Канд.соц.н., доцент кафедры УОО	<ul style="list-style-type: none"> • Основы взаимодействия со СМИ и профессиональная этика • Коммуникационный менеджмент • Межкультурная коммуникация • Связи с общественностью в органах власти • Руководство ВКР 	
13	Чимаров Сергей Юрьевич	Профессор, д.и.н., заведующий кафедрой УОО	<ul style="list-style-type: none"> • История рекламы и связей с общественностью • Теория и практика связей с общественностью • Технологии нейролингвистического программирования • Руководство ВКР 	Автор 130 научных и учебно-методических работ, опубликованных в том числе в Чехии, Польше и Казахстане