

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 17.06.2025 20:05:50
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca7d2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Факультет социальных технологий

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

**ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА
по направлению подготовки высшего образования**

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных
организациях
направленность (профиль)

очная
форма(ы) обучения

Год набора – 2025

Санкт-Петербург, 2025 г.

Общие положения

1.1. Образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта (базового) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (далее – Академия), утвержденного приказом ректора Академии от 04.06.2019 № 01-4074 (в редакции от 07 сентября 2023 года) и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России № 512 от 08.06.2017 (зарег. в Минюсте № 47220 от 22.06.2017).

1.2. Выпускникам, завершившим обучение по образовательной программе, присваивается квалификация бакалавр.

1.3. Образовательная программа осваивается на государственном языке Российской Федерации (русском языке) в полном объеме.

1.4. Срок получения образования по образовательной программе составляет 4 года для очной формы обучения.

1.5. Образовательная программа разработана в соответствии с Порядком разработки и утверждения в РАНХиГС образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ магистратуры и программ специалитета, утвержденным приказом ректора РАНХиГС № 01-3055 от 29.03.2021.

1.6. Образовательная программа не реализуется с применением сетевой формы обучения.

1.7. Образовательная программа реализуется с применением электронного обучения (0,94% образовательной программы) и дистанционных образовательных технологий (2% образовательной программы).

1.8. Обязательная часть, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 40% от общего объема образовательной программы.

2. Компетентностная модель выпускника

2.1. Общая характеристика осваиваемой профессиональной деятельности

2.1.1. Образовательная программа разработана с учетом требований следующих профессиональных стандартов

№п/п	Наименование профессионального стандарта	Приказ Минтруда России		Регистрационный номер Минюста России		Гиперссылка
		номер	дата	номер	дата	
1	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (код 06.009)	535н	04.08.2014	33973	04.09.2014	https://fgosvo.ru/docs/index/2/6
2	Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации (код 11.005)	811н	28.10.2014	34949	26.11.2014	https://fgosvo.ru/docs/index/2/11
3	Специалист по информационным ресурсам (код 06.013)	629н	08.09.2014	34136	26.09.2014	https://fgosvo.ru/docs/index/2/6

2.1.2. В результате освоения образовательной программы выпускник будет готов осуществлять профессиональную деятельность в таких областях, как:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

Сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.1.3. При освоении образовательной программы выпускник будет готов к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- проектный;
- маркетинговый;
- технологический.

Образовательная программа имеет практико-ориентированный характер.

2.1.4. В результате освоения образовательной программы выпускник готов к выполнению следующих обобщенных трудовых функций и трудовых функций:

№п/п	Наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции (ОТФ)	Трудовые функции (ТФ)
1	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (ПС № 535н)	организация продвижения продукции СМИ (код В – в полном объеме)	<p>организация маркетинговых исследований в области СМИ (код В/01.6)</p> <p>разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ (код В/02.6)</p> <p>организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ (код В/03.6)</p> <p>контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ (код В/04.6)</p>
2	Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации (ПС № 811н)	творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ (код А – частично)	<p>определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ (код А/01.6)</p> <p>подготовка создания сценарного материала нового продукта (код А/02.6)</p> <p>организация продвижения готовых продуктов и продуктов на этапе создания (код А/07.6)</p>
3	Специалист по информационным ресурсам (ПС № 629н)	Создание и редактирование информационных ресурсов (код В – частично)	<p>поиск информации по тематике сайта (код В/01.5)</p> <p>написание информационных материалов для сайта (код В/02.5)</p> <p>редактирование информации на сайте (код В/03.5)</p> <p>ведение новостных лент и представительств в социальных сетях (код В/04.5)</p> <p>модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях (код В/05.5)</p>

2.2. В результате освоения образовательной программы у обучающихся будут сформированы следующие компетенции, измеряемые на основе следующих ключевых индикаторов:

<i>Коды компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Ключевые индикаторы компетенций</i>
<i>Универсальные компетенции</i>		
УК ОС-1	способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	формулирует собственную гражданскую и мировоззренческую позицию с опорой на системный анализ философских взглядов и исторических закономерностей, явлений и событий
УК ОС-2	способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений	представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу, с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации
УК ОС-3	способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию
УК ОС-4	способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке
УК ОС-5	способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей
УК ОС-6	способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации под поставленную задачу
УК ОС-7	способен поддерживать уровень физического здоровья, достаточного для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	на основе самодиагностики физического состояния отбирает и реализует методы поддержания физического здоровья
УК ОС-8	способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	демонстрирует знание основных алгоритмов поведения в целях предотвращения угроз безопасности жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том

		числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК ОС-9	способен использовать основы экономических знаний для принятия экономически обоснованных решений в различных сферах деятельности	обосновывает собственную точку зрения по различным аспектам социально-экономической политики государства
УК ОС-10	способен демонстрировать и формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	юридически грамотно квалифицирует действие/бездействие как коррупционное и определяет меры, направленные на противодействие коррупционному поведению
УК ОС-11	способен идентифицировать проявления экстремизма и участвовать в принятии профилактических мер, направленных на предупреждении экстремистской, в том числе террористической деятельности	участвует в принятии профилактических мер, направленных на предупреждение экстремистской, в том числе террористической деятельности
<i>Общепрофессиональные компетенции</i>		
ОПК-1	способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	подготавливает контент для публикации медиа, владеет методами структурирования информации, текстов на русском и (или) иностранном языках
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций, выделяет специфику и особенности темы, верно определяет основную сюжетную линию освещаемой темы
ОПК-3	способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ориентируется в реалиях российского и зарубежного медиарынков, владеет основными (базовыми) принципами разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методами ее анализа и коррекции, выстраивает алгоритмы работы с учетом современных практик
ОПК-4	способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	отбирает темы публикаций в соответствии с параметрами целевых аудиторий, релевантных профессиональной деятельности, выстраивает коммуникацию с авторами в рамках осуществления профессиональной деятельности в современных СМИ
ОПК-5	способен учитывать в	проводит анализ ситуации,

	профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	управленческих решений, актуальность тем для материалов с учетом специфики различных видов печатных изданий, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, самостоятельно взаимодействует с участниками коммуникационного процесса
ОПК-6	способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	использует необходимые информационно-реферативные системы, а также средства визуализации основных результатов собственной деятельности
ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	проводит анализ социологических и маркетинговых исследований с учетом правовых норм и учетом общественного мнения
<i>Самостоятельно установленные профессиональные компетенции</i>		
ПК-1	способен разработать и (или) оценить формат и тематику материала для нового продукта любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	определяет формат, тематику и оценивает материал для нового продукта
ПК-2	способен организовать продвижение готовых медийных продуктов и продуктов на этапе создания в интересах государственных и негосударственных организаций	разрабатывает маркетинговую стратегию для продукции любого СМИ, составляет план мероприятий по продвижению продукции любых СМИ, согласует маркетинговую стратегию с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
ПК-3	способен организовать распространение и реализацию продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	разрабатывает маркетинговую стратегию и организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции любых СМИ
ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для продукции любых СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ведет новостные ленты и представительства в социальных сетях при продвижении услуг государственных и негосударственных организаций
ПК-5	способен проконтролировать продвижение продукции любых СМИ и оценить эффективность результатов продвижения продукции в интересах государственных и негосударственных организаций	организует продвижение готовых продуктов и продуктов на этапе создания
ПК-6	способен организовать внутренние и внешние коммуникации и управлять ими в интересах государственных и негосударственных организаций	модерирует обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях

Общее количество компетенций: 23.

3. Общая характеристика структуры образовательной программы

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью в государственных и негосударственных организациях» включает в себя:

- учебный план;
- календарный учебный график;
- следующие дисциплины:

<i>Код</i>	<i>Наименование дисциплины</i>	<i>Объем (трудоемкость)</i>
Б1.О.01	Философия	3
Б1.О.02	Общественный проект "Обучение служением"	2
Б1.О.03	Психология	2
Б1.О.04	Социология	3
Б1.О.05	Экономика	2
Б1.О.06	Основы математических знаний	4
Б1.О.07	Психология массовых коммуникаций	2
Б1.О.08	Основы менеджмента	2
Б1.О.09	Правовое регулирование массовых коммуникаций	3
Б1.О.10	Основы маркетинга	2
Б1.О.11	Основы редактирования и копирайтинг	6
Б1.О.12	Политология	2
Б1.О.13	Безопасность жизнедеятельности	3
Б1.О.14	Физическая культура и спорт	2
Б1.О.15	История искусства и дизайна	3
Б1.О.16	Введение в медиапланирование	2
Б1.О.17	Введение в профессию	9
Б1.О.18	Культурология	2
Б1.О.19	История рекламы	2
Б1.О.20	Социология массовых коммуникаций	2
Б1.О.21	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	3
Б1.О.23	Интернет-технологии в рекламе	7
Б1.О.25	Цифровые технологии	4
Б1.О.26	Основы российской государственности	2
Б1.О.27	Основы национальной безопасности	2
Б1.О.ДВ.01.01	Иностранный язык	13
Б1.О.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный (для иностранных студентов)	13
Б1.В.01	Великие книги	3
Б1.В.02	Семиотика медийного текста	3
Б1.В.03	Внемедийные коммуникации	8
Б1.В.04	Теория и практика информационного повода	3
Б1.В.05	Работа с текстами в системе медиакоммуникаций	4
Б1.В.06	Ораторское искусство и теория аргументации	4
Б1.В.07	Событийный маркетинг	3
Б1.В.08	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью	4

Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	5
Б1.В.10	Технологии управления общественным мнением	3
Б1.В.11	Управление проектами в рекламе и связях с общественностью	5
Б1.В.12	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4
Б1.В.13	Логика	2
Б1.В.14	Основы интегрированных коммуникаций	4
Б1.В.15	Продакт плейсмент и киномерчендайзинг	4
Б1.В.16	Элективные курсы по физической культуре: Легкая атлетика; Фитнес; Спортивные игры	
Б1.В.ДВ.01.01	Реклама и связи с общественностью в избирательных кампаниях	5
Б1.В.ДВ.01.02	Реклама и связи с общественностью в политике	5
Б1.В.ДВ.02.01	Дизайн в системе массовых коммуникаций	4
Б1.В.ДВ.02.02	Выпуск медийного продукта	4
Б1.В.ДВ.03.01	Деловые отношения и делопроизводство	3
Б1.В.ДВ.03.02	Организация внутрикорпоративных коммуникаций	3
Б1.В.ДВ.04.01	Консалтинг и коучинг в рекламе и связях с общественностью	5
Б1.В.ДВ.04.02	Краудсорсинг в рекламе и связях с общественностью	5
Б1.В.ДВ.05.01	Тренды в бизнес-коммуникациях	4
Б1.В.ДВ.05.02	Репутационный менеджмент	4
Б1.В.ДВ.06.01	Связи с общественностью в органах государственного и муниципального управления	5
Б1.В.ДВ.06.02	Связи с общественностью в "электронном государстве"	5
Б1.В.ДВ.07.01	Русский язык и культура речи	6
Б1.В.ДВ.07.02	Стилистика	6
Б1.В.ДВ.08.01	Цифровое общество и управление цифровой репутацией	2
Б1.В.ДВ.08.02	Цифровое общество, введение в искусственный интеллект и разговорные боты	2
ФТД.В.01	Основы информационной компетентности	1
ФТД.В.02	Режиссура и сценарное мастерство в рекламе и связях с общественностью	1
ФТД.В.03	Видеомонтаж в рекламе	1
ФТД.В.04	История религий России	2

• следующие модули:

<i>Код</i>	<i>Наименование дисциплины</i>	<i>Объем (трудоемкость)</i>
Б1.О.22	Модуль «История»:	6
Б1.О.22.01	История России	4

Б1.О.22.02	Всеобщая история	2
Б1.О.24	Модуль «Теории коммуникации»:	7
Б1.О.24.01	Основы теории коммуникации	4
Б1.О.24.02	Теория и практика массовой коммуникации	3

- следующие практики:

<i>Код</i>	<i>Наименование дисциплины</i>	<i>Объем (трудоемкость)</i>
Б2.В.01(У)	Профессионально-ознакомительная практика	9
Б2.В.02(П)	Профессионально-творческая практика	15
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	12

- рабочую программу воспитания: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», рабочая программа воспитания;
- оценочные материалы государственной итоговой (итоговой) аттестации по каждой из форм государственной итоговой (итоговой) аттестации, утвержденные решением методической комиссии по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» СЗИУ РАНХиГС, протокол от 20 марта 2025 г. № 3. Хранятся в локальной сети института.
- календарный план воспитательной работы;
- следующие методические материалы:
схема формирования компетенций;
матрица освоения компетенций, включая паспорта компетенций;

4. Общая характеристика условий доступности образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

4.1. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: оборудованное место на автостоянке, специальное оснащение входной группы, наличие пандуса.

4.2. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для слепых и слабовидящих, в том числе при применении дистанционных образовательных технологий: размещение учебно-методических материалов на платформе lms.ranepa.ru

4.3. Образовательная программа обеспечивает следующие условия доступности для глухих и слабослышащих, в том числе при применении дистанционных образовательных технологий: размещение учебно-методических материалов на платформе lms.ranepa.ru

5. Реквизиты образовательной программы

Руководитель образовательной программы

Кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций Лёвина Светлана Александровна

Разработчики образовательной программы

Д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Глуценко Олеся Анатольевна

Образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании ученого совета Северо-Западного института управления РАНХиГС
протокол от «10» декабря 2024 г. № 3.