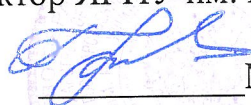


Министерство образования и науки РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ярославский государственный педагогический университет им.
К.Д.Ушинского»

УТВЕРЖДАЮ:

ректор ЯГПУ им. К.Д.Ушинского

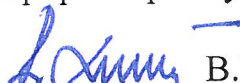


М.В. Груздев

« 06 » 06 2017г.

СОГЛАСОВАНО:

проректор по учебной работе



В.П. Завойстый

« 06 » 06 2017 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

направленность (профиль) программы:
Реклама и связи с общественностью

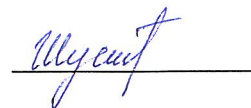
форма обучения:
очная, заочная

ЯРОСЛАВЛЬ 2017

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее - образовательная программа, ОП) одобрена Ученым советом университета «06» июня 2017 г. Протокол № 13.

Составитель (и):

1. Шустина Ирина Викторовна
заведующий кафедрой
теории коммуникации и рекламы,
кандидат филологических наук, доцент
2. Колышкина Татьяна Борисовна
доцент кафедры
теории коммуникации и рекламы,
кандидат филологических наук, доцент



УТВЕРЖДЕНО

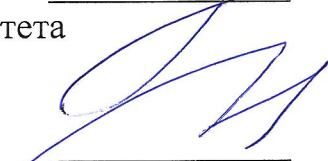
на заседании выпускающей кафедры теории коммуникации и рекламы

Протокол № 8 от 18 апреля 2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Эксперт (ы):

1. Родина Галина Алексеевна,
доктор экономических наук, профессор
директор Ярославского филиала Финансового университета
при Правительстве РФ
2. Катков Александр Александрович
пресс-секретарь ООО «Силовые агрегаты Группы ГАЗ»



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования — программа подготовки в бакалавриате (далее — **программа бакалавриата**), реализуемая самостоятельно Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д.Ушинского» по направлению подготовки высшего образования 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (далее — **направление подготовки**), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную на основе:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);
- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (уровень подготовки бакалавриат), утвержденного Приказом Минобрнауки России № 997 от 11.08.2016 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 25.08.2016 регистрационный № 43414);
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования — программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Целью программы бакалавриата является создание обучающимся условий для приобретения необходимого для осуществления профессиональной деятельности уровня знаний, умений, навыков, опыта деятельности.

Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** с направленностью (профилем) **Реклама и связи с общественностью** при очной форме обучения составляет **4 года**, при заочной форме обучения — **5 лет**.

Структура образовательной программы бакалавриата включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части.

Блок 2 «Практики», который в полном объеме относится к вариативной части программы.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы.

Объем программы бакалавриата составляет **240 зачетных единиц**.

1.1. ПРИСВАИВАЕМАЯ КВАЛИФИКАЦИЯ

При условии освоения программы бакалавриата и успешной защиты выпускной квалификационной работы присваивается квалификация «бакалавр» по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Требования к лицам, желающим освоить программу бакалавриата.

В бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и направленности (профилю) Реклама и связи с общественностью принимаются граждане, имеющие среднее (полное) общее образование. Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, или начальном профессиональном образовании, если в нем есть запись о получении предъявителем среднего (полного) общего образования. Данный документ свидетельствует об освоении его предъявителем содержания образования полной средней школы и наличия сформированных компетенций, включая, в том числе, знание базовых ценностей мировой культуры; владение государственным языком общения, понимание законов развития природы и общества, способность занимать активную гражданскую позицию и навыки самооценки.

1.2. ОБЛАСТИ И ВИДЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата (магистратуры), включает:

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

Профессиональная деятельность выпускника бакалавриата с направленностью (профилем) Реклама и связи с общественностью состоит в проведении исследования рыночной среды, в планировании, организации и проведении рекламной деятельности по продвижению товаров и услуг, а также в планировании, организации и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Объекты профессиональной деятельности выпускников

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата

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

1.3. НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направленность (профиль) образовательной программы Реклама и связи с общественностью предполагает подготовку выпускника, *способного успешно работать в сфере рекламы и связей с общественностью организаций разного типа*, социально мобильного, целеустремленного, организованного, ответственного, толерантного, способного решать управленческие задачи, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями. Введение данного профиля обусловлено рыночной конъюнктурой региона.

Профессиональная деятельность выпускника бакалавриата с направленностью (профилем) Реклама и связи с общественностью предполагает, согласно Национальной рамке квалификаций, следующие

А) общие компетенции, определяющие широту полномочий и ответственность:

- ведение самостоятельной профессиональной деятельности, предполагающей постановку целей собственной работы и/или подчиненных;
- обеспечение взаимодействия сотрудников и смежных подразделений;
- осознание ответственности за результат выполнения работы на уровне подразделения или организаций;
- определение стратегий, управление процессами и деятельностью (в том числе инновационной) с принятием решения на уровне крупных институциональных структур и их подразделений;

Б) знания, требуемые в профессиональной деятельности:

- синтез профессиональных знаний и опыта (в том числе, инновационных);
- самостоятельный поиск, анализ и оценка профессиональной информации;
- создание новых знаний прикладного характера в определенной области и/или на стыке областей;
- определение источников и поиск информации, необходимой для развития деятельности;

В) умения, необходимые в профессиональной деятельности:

- осуществление деятельности, направленной на решение задач технологического или методического характера, предполагающих выбор и многообразие способов решения;
- разработка, внедрение, контроль, оценка и коррекция компонентов профессиональной деятельности;
- осуществление деятельности, предполагающей решение задач развития, разработки новых подходов, использования разнообразных методов (в том числе, инновационных).

1.4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.4.1. Планируемые результаты освоения образовательной программы — компетенции обучающихся, установленные ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, и компетенции, установленные организацией дополнительно с учетом направленности (профиля) Реклама и связи с общественностью

Выпускник, освоивший образовательную программу, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

проектная деятельность:

- 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 деятельность:

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

рекламно-информационная деятельность:

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

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

информационно-технологическая деятельность:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

Выпускник, освоивший образовательную программу, *должен обладать следующими общекультурными компетенциями:*

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

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

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Выпускник, освоивший образовательную программу, *должен обладать следующими профессиональными компетенциями, определяемыми направлением (профилем) программы бакалавриата в рамках направления подготовки:*

организационно-управленческая деятельность:

- способностью принимать участие в управлении и организации рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

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-8);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Специальные компетенции не предусмотрены программой бакалавриата.

1.4.2. Планируемые результаты обучения по каждой дисциплине (модулю) и практике — зун и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

| | | Общекультурные компетенции | | | | | | | | |
|--------|--|--|---|--|---|---|---|--|--|---|
| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции | ОК-2: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-4: способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию | ОК-8: способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | ОК-9: готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий |
| Блок 1 | Базовая часть | | | | | | | | | |
| | История | + | + | | + | | | | | |
| | Философия | + | + | | | | | + | | |
| | Иностранный язык | | | | | + | + | + | | |
| | Русский язык и культура речи | | | | | + | | | | |
| | Культурология | | | | | | + | + | | |
| | Психология | | | | | | + | + | | |
| | Социология | + | | | | | | | | |
| | Экономика | | | + | | | | | | |
| | Математика | | | | | | | + | | |
| | Статистика | | | + | | | | + | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | Преддипломная практика | | | | | | | | | |
|--|------------------------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | Общепрофессиональные компетенции | | | | | |
|--------|--|---|--|--|---|--|--|
| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах | ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-4: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности |
| Блок 1 | Базовая часть | | | | | | |
| | История | | | | | | |
| | Философия | | | | | | + |
| | Иностранный язык | | | | | | + |
| | Русский язык и культура речи | | | | | | + |
| | Культурология | | | | | | |
| | Психология | | | | | | |
| | Социология | | | | | | |
| | Экономика | + | | | | | + |
| | Математика | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|---|
| | Статистика | | | | | | + |
| | Компьютерные технологии и информатика | | | | | | + |
| | Модуль 1. Коммуникология | + | + | + | + | + | |
| | Основы теории коммуникации | | | + | + | | |
| | Социологические аспекты в управлении массовыми коммуникациям | + | | | + | + | |
| | Психология массовых коммуникаций | + | + | | | | |
| | Управления медиа (теория и практика массовой информации) | | | | | | |
| | Теория аргументации | | | + | | | |
| | Модуль 2. Интегрированные коммуникации | + | | + | | | |
| | Основы интегрированных коммуникаций (реклама) | + | | + | | | |
| | Основы интегрированных коммуникаций (связи с общественностью) | + | | + | | | |
| | Внемедийные коммуникации | + | | + | | | |
| | Технология речевого манипулирования | | | + | | | |
| | Модуль 3. Менеджмент | | + | | + | + | |
| | Основы менеджмента | | + | | | | |
| | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | | + | | | | |
| | Основы брендинга | | | | | | |
| | Бренд-менеджмент | | | | | + | |
| | Реклама и связи с общественностью в организациях различного типа | | | | | + | |
| | Организация выставочной деятельности | | | | + | | |
| | Модуль 4. Маркетинг | + | | | + | | |
| | Основы маркетинга | + | | | + | | |
| | Маркетинговые исследования и ситуационный анализ | + | | | + | | |
| | История русской литературы | | | | | | |
| | Безопасность жизнедеятельности | | | | | | |
| | Естественнонаучная картина мира | | | | | | |
| | Правоведение | | | | | | |
| | Философия в рекламе | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|--|---|--|---|---|---|---|
| | Логические основы массовых коммуникаций | | | + | | | |
| | Политические коммуникации | | | | + | + | |
| | Технологии продаж | | | + | | | |
| | Физическая культура и спорт | | | | | | |
| Блок 1 | Вариативная часть | | | | | | |
| | Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью | | | | | | + |
| | Правка и редактирование рекламных текстов | | | + | | | |
| | Правка и редактирование PR-текстов | | | + | | | |
| | Модели анализа рекламного текста | | | + | | | |
| | Основы взаимодействия со средствами массовой информации и профессиональная этика | + | | | | | |
| | Государственное регулирование рекламы и связей с общественностью | | | | | | |
| | Предпринимательство в рекламной деятельности | | | | | | |
| | Дизайн в рекламе | | | | | | |
| | Риторика в рекламе и связях с общественностью | | | + | | | |
| | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | | | | | |
| | Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью | | | | | | |
| | Фольклорно-мифологические образы в маркетинговых коммуникациях | | | | | | |
| | Поведение потребителей | | | | | | |
| | Коммуникации в контексте постиндустриального общества | | | | | | |
| | Финансовый анализ, бухучет и аудит в профессиональной деятельности | | | | | | |
| | Управление финансами в профессиональной деятельности | | | | | | |
| | Управление персоналом в профессиональной сфере | | | | | | |
| | Политология в профессиональной деятельности | | | | | | |
| | Спецсеминар по рекламе | | | | | | |
| | Спецсеминар по связям с общественностью | | | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в рекламе | | | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в связях с общественностью | | | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|
| | Основы медиапланирования | + | | | + | | |
| | Управление технологией проектирования рекламы и связей с общественностью | + | | | + | | |
| | Реклама как поликодовый текст | | | + | | | |
| | Творчество в рекламной деятельности | | | + | | | |
| | Культура рекламного интернет- пространства | | | | | | |
| | Социология культуры в рекламной деятельности | | | | | | |
| Блок 2 | Вариативная часть | | | | | | |
| | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно- исследовательской деятельности | | | | | | + |
| | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно- исследовательской деятельности (Изучение рынка труда) | + | + | | | | |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | | | | + | | |
| | Научно-исследовательская работа | | | | | | |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Рынок средств массовой информации) | + | | | + | | |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Копирайтинг) | + | | + | | | |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Организация выставок) | + | | | | + | |
| | Преддипломная практика | + | + | + | + | + | |

| | | Профессиональные компетенции | | | | | | |
|--------|--|---|---|---|--|---|--|--|
| | Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом | ПК-1: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-2: владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ПК-4: владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) | ПК-5: способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации | ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий |
| Блок 1 | Базовая часть | | | | | | | |
| | История | | | | | | | |
| | Философия | | | | | | | |
| | Иностранный язык | | | | + | | + | |
| | Русский язык и культура речи | | | | | | | |
| | Культурология | | | | | | | |
| | Психология | | | | | | | |
| | Социология | | | | | | | |
| | Экономика | | | | | | | |
| | Математика | | | | | + | | |
| | Статистика | | | | | | | |
| | Компьютерные технологии и информатика | | | | + | + | | |

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | Модуль 1. Коммуникология | + | | | + | + | + | |
| | <i>Основы теории коммуникации</i> | | | | | | + | |
| | Социологические аспекты в управлении массовыми коммуникациям | | | | | | | |
| | Психология массовых коммуникаций | | | | + | + | | |
| | Управления медиа (теория и практика массовой информации) | + | | | + | + | | |
| | Теория аргументации | | | | | | | |
| | Модуль 2. Интегрированные коммуникации | + | | | + | + | + | |
| | Основы интегрированных коммуникаций (реклама) | + | | | + | | + | |
| | Основы интегрированных коммуникаций (связи с общественностью) | + | | | + | | + | |
| | Внемедийные коммуникации | | | | + | | | |
| | Технология речевого манипулирования | | | | + | + | + | |
| | Модуль 3. Менеджмент | + | + | + | + | + | + | + |
| | Основы менеджмента | | + | | + | + | | |
| | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | + | | | | | | |
| | Основы брендинга | + | + | + | | | + | + |
| | Бренд-менеджмент | + | | | + | | + | |
| | Реклама и связи с общественностью в организациях различного типа | | | | | + | + | |
| | Организация выставочной деятельности | | | | | | | |
| | Модуль 4. Маркетинг | | | | + | + | | + |
| | Основы маркетинга | | | | | + | | + |
| | Маркетинговые исследования и ситуационный анализ | | | | + | + | | |
| | История русской литературы | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------|--|--|---|---|---|--|--|---|
| | Безопасность жизнедеятельности | | | | | | | |
| | Естественнонаучная картина мира | | | | | | | |
| | Правоведение | | | | | | | |
| | Философия в рекламе | | | | | | | |
| | Логические основы массовых коммуникаций | | | | | | | |
| | Политические коммуникации | | | | | | | + |
| | Технологии продаж | | | | | | | + |
| | Физическая культура и спорт | | | | | | | |
| Блок 1 | Вариативная часть | | | | | | | |
| | Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью | | | | | | | |
| | Правка и редактирование рекламных текстов | | | | | | | |
| | Правка и редактирование PR-текстов | | | | | | | |
| | Модели анализа рекламного текста | | | | | | | |
| | Основы взаимодействия со средствами массовой информации и профессиональная этика | | | + | | | | |
| | Государственное регулирование рекламы и связей с общественностью | | | | | | | + |
| | Предпринимательство в рекламной деятельности | | + | | + | | | |
| | Дизайн в рекламе | | | | | | | |
| | Риторика в рекламе и связях с общественностью | | | | | | | |
| | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | | + | | | | |
| | Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--------|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Фольклорно-мифологические образы в маркетинговых коммуникациях | | | | | | | |
| | Поведение потребителей | | | | | | + | |
| | Коммуникации в контексте постиндустриального общества | | | | | | + | |
| | Финансовый анализ, бухучет и аудит в профессиональной деятельности | | | | + | + | | |
| | Управление финансами в профессиональной деятельности | | | | + | + | | |
| | Управление персоналом в профессиональной сфере | + | + | + | | | | |
| | Политология в профессиональной деятельности | + | + | + | | | | |
| | Спецсеминар по рекламе | | | | | | | |
| | Спецсемина по связям с общественностью | | | | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в рекламе | | | | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в связях с общественностью | | | | | | | |
| | Основы медиапланирования | | | | + | + | | |
| | Управление технологией проектирования рекламы и связей с общественностью | | | | + | + | | |
| | Реклама как поликодовый текст | | | | | | | |
| | Творчество в рекламной деятельности | | | | | | | |
| | Культура рекламного интернет-пространства | | | | | | + | |
| | Социология культуры в рекламной деятельности | | | | | | + | |
| Блок 2 | Вариативная часть | | | | | | | |
| | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно- | + | + | + | + | + | + | + |

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | исследовательской деятельности | | | | | | | |
| | Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (Изучение рынка труда) | + | + | + | + | + | + | + |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности | + | + | + | + | + | + | + |
| | Научно-исследовательская работа | + | + | + | + | + | + | + |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Рынок средств массовой информации) | + | + | + | + | + | + | + |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Копирайтинг) | + | + | + | + | + | + | + |
| | Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Организация выставок) | + | + | + | + | + | + | + |
| | Преддипломная практика | + | + | + | + | + | + | + |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|---|--|---|---|---|---|---|---|---|
| | Модуль 1. Коммуникология | | | + | + | + | | | | + |
| | Основы теории коммуникации | | | | | | | | | |
| | Социологические аспекты в управлении массовыми коммуникациям | | | + | + | + | | | | |
| | Психология массовых коммуникаций | | | + | + | | | | | |
| | Управления медиа (теория и практика массовой информации) | | | + | + | | | | | |
| | Теория аргументации | | | | | | | | | + |
| | Модуль 2. Интегрированные коммуникации | + | | | | + | | | | + |
| | Основы интегрированных коммуникаций (реклама) | + | | | | | | | | |
| | Основы интегрированных коммуникаций (связи с общественностью) | + | | | | | | | | |
| | Внемедийные коммуникации | | | | | + | | | | |
| | Технология речевого манипулирования | | | | | | | | | + |
| | Модуль 3. Менеджмент | | | | | | + | + | + | |
| | Основы менеджмента | | | | | | | | + | |
| | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | | | | | | | | + | |
| | Основы брендинга | | | | | | | + | | |
| | Бренд-менеджмент | | | | | | | | | |
| | Реклама и связи с общественностью в организациях различного типа | | | | | | + | | | |
| | Организация выставочной деятельности | | | | | | + | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--------|--|---|---|--|---|---|---|---|---|---|
| | Модуль 4. Маркетинг | | + | | + | | + | + | | |
| | Основы маркетинга | | + | | + | | | + | | |
| | Маркетинговые исследования и ситуационный анализ | | + | | + | | + | | | |
| | История русской литературы | | | | | | | | | |
| | Безопасность жизнедеятельности | | | | | | | | | |
| | Естественнонаучная картина мира | | | | | | | | | |
| | Правоведение | | | | | | | | | |
| | Философия в рекламе | | | | | | | + | | |
| | Логические основы массовых коммуникаций | | | | | | | | | |
| | Политические коммуникации | | | | | | + | | | |
| | Технологии продаж | | | | | | | | | |
| | Физическая культура и спорт | | | | | | | | | |
| Блок 1 | Вариативная часть | | | | | | | | | |
| | Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью | + | | | | | | | | + |
| | Правка и редактирование рекламных текстов | + | | | | | | | | + |
| | Правка и редактирование мидиатекстов | + | | | | | | | | + |
| | Модели анализа рекламного текста | + | | | | | | | | + |
| | Основы взаимодействия со средствами массовой информации и профессиональная этика | | | | | | | | + | |
| | Государственное регулирование рекламы и связей с общественностью | | | | | + | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|--|---|--|---|
| | Предпринимательство в рекламной деятельности | | | | | + | | | | |
| | Дизайн в рекламе | + | | | | | | | | + |
| | Риторика в рекламе и связях с общественностью | + | | | | | | | | + |
| | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | | | | | | | | |
| | Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью | | | | | + | | + | | |
| | Фольклорно-мифологические образы в маркетинговых коммуникациях | | | | | + | | + | | |
| | Поведение потребителей | | | | | | | | | |
| | Коммуникации в контексте постиндустриального общества | | | | | | | | | |
| | Финансовый анализ, бухучет и аудит в профессиональной деятельности | | | | + | | | | | |
| | Управление финансами в профессиональной деятельности | | | | + | | | | | |
| | Управление персоналом в профессиональной сфере | | | | | | | | | |
| | Политология в профессиональной деятельности | | | | | | | | | |
| | Спецсеминар по рекламе | | + | + | | | | | | |
| | Спецсемина по связям с общественностью | | + | + | | | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в рекламе | | | + | | + | | | | |
| | Кросс-культурный анализ в связях с общественностью | | | + | | + | | | | |
| | Основы медиапланирования | | + | | | | | | | |

1.6. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.6.1. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Помещения, используемые для реализации образовательной программы, представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Они укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа есть комплект переносного мультимедийного оборудования, обеспечивающее возможность транслировать иллюстративный материал, соответствующий программам учебных дисциплин (модулей). Для организации образовательной деятельности используются кабинеты широкого профиля, специализированными компьютерными программами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду ЯГПУ

1.6.2. ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ (МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ)

При обучении в бакалавриате предусмотрен переход обучающихся на индивидуальный учебный план.

Индивидуальный учебный план (далее ИУП) — учебный план, обеспечивающий освоение ОП на основе индивидуализации ее освоения с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося.

ИУП разрабатывается для отдельного обучающегося или группы обучающихся на основе утвержденного учебного плана по соответствующей ОП. ИУП разрабатывается в течение 10 дней с момента выхода приказа о дальнейшем обучении обучающегося по ИУП. ИУП включает перечень дисциплин (модулей), практик с указанием сроков их изучения и форм контроля, которые предусмотрены учебным планом ОП. ИУП, предусматривающий освоение ОП в ускоренный срок, должен содержать сведения о переаттестации (перезачете) дисциплин и (или) отдельных практик: объем академических часов и зачетных единиц по дисциплине и (или) практике, подлежащих переаттестации; переаттестованные формы промежуточной аттестации.

На ИУП могут быть переведены:

- обучающиеся, имеющие документ о среднем общем образовании, зачисленные на обучение по ОП на нормативный срок освоения программы, проявившие выдающиеся способности;
- обучающиеся, имеющие документ о среднем профессиональном образовании соответствующего профиля, зачисленные на обучение по ОП на нормативный срок освоения программы, имеющие документ о высшем образовании;
- обучающиеся, зачисленные в порядке перевода или восстановления при наличии расхождения в учебных планах по ранее осваиваемой и осваиваемой в настоящее время образовательным программам;
- обучающиеся, переведенные внутри Университета с одной ОП на другую (в том числе с изменением формы обучения: очной, очно-заочной, заочной) или с одной формы обучения на другую (в том числе с изменением ОП) при наличии расхождения в учебных планах по ранее осваиваемой и осваиваемой в настоящее время образовательным программам;

- обучающиеся, не имеющие возможности осваивать ОП в соответствии с установленным учебным планом и календарным учебным графиком по состоянию здоровья, в том числе инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья;
- обучающиеся, имеющие ребенка в возрасте до трех лет или осуществляющие уход за тяжелобольным членом семьи;
- обучающиеся, направленные Университетом на обучение в другую образовательную организацию на срок более одного месяца, в том числе в случае реализации сетевой формы обучения;
- обучающиеся, являющиеся членами сборных спортивных команд России, Ярославской области;
- обучающиеся, совмещающие учебу в Университете с трудовой деятельностью по специальности или в сопряженных с ней областях, имеющие постоянную регистрацию по месту жительства в Ярославской области и (или) работающие на основании договора о целевом обучении, договора с работодателем, подтверждающего обязательства работодателя по трудоустройству обучающегося по окончании обучения в ЯГПУ;
- обучающиеся, совмещающие обучение с активной научно-исследовательской, культурно-массовой и (или) социально значимой общественной деятельностью, дальнейшее осуществление которой требует самостоятельного распределения учебного времени;
- обучающиеся, находящиеся на стажировке или обучении за границей в соответствии с договорами ЯГПУ с другими учреждениями и организациями;
- обучающиеся, имеющие иные исключительные основания.

Перевод обучающихся на обучение по ИУП не зависит от формы и основы обучения. Для оформления перевода на обучение по ИУП, обучающийся подает заявление на имя ректора ЯГПУ с обоснованием необходимости такого перевода. К заявлению могут быть приложены следующие документы:

- справка об обучении из учебного заведения, где обучающийся получает параллельно второе высшее образование;
- копия диплома о среднем профессиональном образовании;
- заверенная копия трудовой книжки или справка с места работы;
- ходатайство спортивных организаций с указанием сроков проведения тренировок, сборов и т.п.;
- копия свидетельства о рождении ребёнка;
- медицинская справка;
- другие документы, подтверждающие необходимость перевода студента на ИУП.

Обучающиеся, переводимые на ИУП, могут быть освобождены от обязательного посещения занятий по общему расписанию и выполняют программные требования дисциплин учебного плана в индивидуально установленные сроки и по индивидуальным заданиям преподавателей. Преподаватель определяет задания для самостоятельной работы обучающегося, расписание консультаций и сроки контроля. ИУП рассматривается аттестационной комиссией факультета, распечатывается в 3 экземплярах: один экземпляр прилагается к заявлению, второй – храниться в деканате, третий выдается обучающемуся на руки. 4.15. На основании личного заявления и сопровождающих документов готовится приказ о переводе обучающегося на ИУП. С приказом о переводе обучающегося на ИУП деканат знакомит старосту группы и наставника группы. Староста группы в журнале посещаемости в графе напротив фамилии студента делает отметку «Переведен(а) на индивидуальный учебный план до ДД.ММ.ГГ». Обучающиеся по ИУП, обязаны проходить промежуточную аттестацию и сдавать зачеты и экзамены согласно учебному плану и графику учебного процесса.

В случае обучения по договору на оказании платных образовательных услуг заказчик не освобождается от оплаты за обучение в период нахождения обучающегося на обучении по ИУП и вносит плату за обучение в полном объеме.

Невыполнение обучающимся требований, содержащих в настоящем Положении, дает право администрации Университета лишать обучающегося уже оформленного ИУП и исключает возможность обучения по ИУП в дальнейшем. Контроль за выполнением обучающимся ИУП осуществляет декан соответствующего факультета.

Технологии индивидуализации обучения

При реализации ОП используются различные образовательные технологии, направленные на построение индивидуальной траектории развития личности:

- включение в образовательный процесс активных и интерактивных технологий, технологий проблемного обучения, направленных на формировании общекультурных и профессиональных компетенций студентов высших учебных заведений;
- личностно-ориентированная направленность учебно-воспитательного процесса, предусматривающая учет индивидуальных качеств студентов, особенностей их личностного и профессионального роста;
- элементы дистанционных образовательных технологий, консультации в режиме онлайн, посредством электронной почты: обсуждение полученных заданий, консультации по ходу их выполнения, проверка выполненных заданий, присланных в электронном виде, с комментариями и замечаниями преподавателя.

При работе со студентами также используются следующие образовательные технологии:

- электронные образовательные ресурсы, размещенные на электронной платформе Moodle ЯГПУ;
- использование электронных учебно-методических пособий;
- использование видеоматериалов в процессе обучения;
- технология индивидуального целеполагания;
- усиление личностно-ориентированной направленности учебно-воспитательного процесса.

При работе с одаренными студентами используется такая образовательная технология, как личностно-ориентированная направленность учебно-воспитательного процесса.

1.6.3. УСЛОВИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ПОЛУЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ ИНВАЛИДАМИ И ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ)

Специальные учебные аудитории и лаборатории созданы в ЯГПУ и оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения для инвалидов и лиц с ОВЗ.

Создание безбарьерной среды для обучающихся с нарушениями слуха в Университете и студенческих общежитиях включает системы сигнализации и оповещения, оборудование специальных учебных мест в аудиториях, библиотеке и иных помещениях.

Аудитории, в которых обучаются студенты с нарушением слуха оборудуются радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, плазменный экран), электронной доской, документ-камерой, мультимедийной системой. Обучение лиц с нарушениями слуха предполагает использование мультимедийных средств и других технических средств для приема-передачи учебной информации в доступных формах.

Для лиц с нарушением зрения оборудуются специальные учебные места, оборудуются компьютером с программой экранного чтения, снабжаются материалами, напечатанными азбукой Брайля.

Для контактной и самостоятельной работы студентов используются мультимедийные комплексы, электронные учебники и учебные пособия, адаптированные к ограничениям здоровья обучающихся.

Каждый обучающийся с использованием специальных технических и программных средств обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, содержащей электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах модулей (дисциплин), практик.

Доступ к информационным и библиографическим ресурсам Университета обеспечивает для каждого обучающегося предоставление ему не менее чем одного учебного, методического печатного и (или) электронного издания по каждому учебному модулю в форме, адаптированной к ограничениям его здоровья.

Библиотечный фонд помимо учебной литературы включает официальные, справочно-библиографические и периодические издания.

Университет обеспечен необходимым комплектом программного обеспечения, адаптированным для обучающихся инвалидов. При необходимости лицензирования специального программного обеспечения Университет обеспечивает количество лицензий, необходимое для обеспечения аудиторной и самостоятельной работы обучающихся инвалидов.

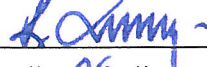
Безбарьерная среда в образовательной организации и студенческих общежитиях учитывает потребности инвалидов и лиц с нарушениями зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата. Безбарьерная среда обеспечивается доступностью прилегающей к образовательной организации территории, входных путей, путей перемещения внутри здания: наличием пандусов, лифтов, подъемников, указателей, оповещающих разметок и сигнальных устройств. Имеются оборудованные санитарно-гигиенические помещения, выделены доступные учебные места в лекционных аудиториях, кабинетах для практических занятий, библиотеке и иных помещениях. В общежитии выделены доступные комнаты для проживания студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью.

В образовательной организации для проведения различных видов внеучебной работы, а также проведения общественных, научных и творческих мероприятий с участием студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью имеется учебно-досуговый комплекс, включающий мультимедийную аудиторию, зал свободных мероприятий, рекреационное помещение для физической разгрузки.

При работе со студентами с ограниченными возможностями здоровья на факультете русской филологии и культуры используются следующие образовательные технологии:

- элементы дистанционных образовательных технологий, консультации в режиме онлайн, посредством электронной почты: обсуждение полученных заданий, консультации по ходу их выполнения, проверка выполненных заданий, присланных в электронном виде, с комментариями и замечаниями преподавателя;
- электронные образовательные ресурсы, размещенные на электронной платформе Moodle ЯГПУ;
- использование электронных учебно-методических пособий;
- использование видеоматериалов в процессе обучения;
- технология индивидуального целеполагания;
- усиление личностно-ориентированной направленности учебно-воспитательного процесса.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ярославский государственный педагогический
университет им. К.Д. Ушинского»

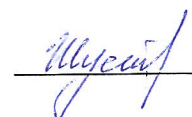
УТВЕРЖДАЮ
проректор по учебной работе
ЯГПУ им. К.Д. Ушинского
 В.П. Завойстый
« 06 » 06 2017 г.

Фонд оценочных средств

по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

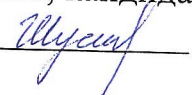
направленность (профиль) программы:
Реклама и связи с общественностью

Руководитель образовательной программы
И. В. Шустина



Составитель (и):

1. **И.В. Шустина**, завкафедрой теории коммуникации и рекламы, кандидат филологических наук, доцент



2. **Т.Б. Колышкина**, кандидат филологических наук, доцент



УТВЕРЖДЕНО

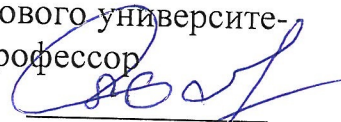
на заседании выпускающей кафедры теории коммуникации и рекламы

Протокол № 8 от 18 апреля 2017 г.

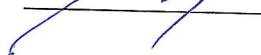
СОГЛАСОВАНО:

Эксперт (ы):

1. **Г.А. Родина**, директор Ярославского филиала Финансового университета при Правительстве РФ, доктор экономических наук, профессор



2. **А.А. Катков**, пресс-секретарь ООО «Силовые агрегаты Группы ГАЗ»



Содержание

Введение

1. Перечень компетенций

1.1. Паспорт компетенций

1.1.1. Общекультурные компетенции

1.1.2. Общепрофессиональные компетенции

1.1.3. Профессиональные компетенции

1.1.4. Специальные компетенции

1.2. Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОП

2. Оценка освоения планируемых результатов ОП

2.1. Виды и формы контроля

2.1.1. Текущий контроль

2.1.2. Промежуточная аттестация по дисциплинам (модулям) и практикам

2.1.3. Промежуточная аттестация по научно-исследовательской деятельности

2.1.4. Государственная итоговая аттестация

2.1.5. Виды и формы контроля элементов образовательной программы

2.2. Критерии и шкалы оценивания

2.2.1. Базовые схемы оценивания

2.2.2. Типовые схемы оценивания

2.2.3. Специализированные схемы оценивания

3. Государственная итоговая аттестация

4. Методические рекомендации для преподавателей

5. Основные оценочные средства ОП

5.1. Оценочное средство «Тест»

5.2. Оценочное средство «Контрольная работа»

5.3. Оценочное средство «Кейс»

5.4. Оценочное средство «Практическая задача»

5.5. Оценочное средство «Презентация»

5.6. Оценочное средство «Курсовая работа»

5.7. Оценочное средство «Отчет»

5.8. Оценочное средство «Проект»

5.9. Оценочное средство «Эссе»

5.10. Оценочное средство «Конспект»

5.11. Оценочное средство «Доклад»

5.12. Оценочное средство «Реферат»

5.13. Оценочное средство «Деловая игра»

5.14. Оценочное средство «Порфолио»

5.15. Оценочное средство «Творческие задания»

5.16. Оценочное средство «Глоссарий»

5.17. Оценочное средство «Двигательный тест»

Приложение 1. Протоколы об изменениях и дополнениях

Приложение 2. Экспертные заключения

Введение

Фонд оценочных средств образовательной программе (ФОС ОП) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью, представляет собой единый документ, объединяющий оценочные средства по всем элементам образовательной программы — дисциплинам (модулям), практикам, научно-исследовательской деятельности, государственной итоговой аттестации. Структура ФОС ОП разработана на основании действующих нормативных документов.

ФОС ОП включает в себя:

- перечень компетенций — планируемых результатов освоения ОП;
- паспорт компетенций;
- этапы формирования компетенций в процессе освоения ОП;
- виды и формы контроля, критерии и шкалы оценивания;
- методические рекомендации;
- основные оценочные средства ОП.

Целью создания ФОС ОП является установление соответствия уровня подготовки студентов требованиям ФГОС ВО.

ФОС ОП должен соответствовать:

- стандарту по соответствующему направлению и профилю подготовки: федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденному приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997;
- основной образовательной программе, в том числе учебному плану по направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Реклама и связи с общественностью;
- образовательным технологиям, используемым в преподавании конкретной дисциплины (модуля), практики, в том числе с применением инновационных методов.