



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по учебной работе

А.Б. Безбородов

«13» сентября 2016 г.

**Образовательная программа  
подготовки 42. 03. 01 Реклама и связи с общественностью  
(уровень бакалавриата)**

**Направленность (профиль)** - Связи с общественностью и коммуникативные технологии

**Квалификация (степень)** - бакалавр рекламы и связей с общественностью.

**Форма обучения** - очная.

Образовательная программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 11 августа 2016 г. N 997.

**Срок освоения образовательной программы** - 4 года обучения.

**Трудоемкость образовательной программы** - 240 з.е.

**Цель** - образовательной программы состоит не только в предоставлении студенту набора практических навыков и обучении ими пользоваться, но и в формировании уникальной интеллектуальной образовательной среды, в которой студенты и выпускники получают все возможности для непрерывного самообразования и профессионального развития, для умения уверенно действовать в различных социальных и практических обстоятельствах.

**Характеристика профессиональной деятельности выпускников**

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает систему социально-гуманитарного научного знания, знаний из сферы коммуникативных наук, совокупность социально-коммуникативных процессов в различных сферах жизни общества, практики и проекты в области интегрированных коммуникаций, в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, а также исследования социальных коммуникаций в их прагматических приложениях. и консультирования, процесс принятия политических решений, а также

**Объекты профессиональной деятельности**

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; государственные структуры федерального, регионального и местного

уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

**Виды профессиональной деятельности:**

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

**Планируемые результаты освоения образовательной программы:**

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- 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).

5.2. Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

- 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 отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и 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).

5.4. Выпускник должен обладать профессиональными компетенциями, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

организационно-управленческая деятельность:

- 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-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 организовывать 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).

### **Преимущества и особенности образовательной программы в РГГУ:**

Факультет истории, политологии и права РГГУ одним из первых в России открыл обучение по программе «Связи с общественностью» (PR) (1998 г). В реализации образовательной программы мы ориентируемся на опыт университетов стран Европы и США, где PR и реклама рассматриваются в общей системе коммуникативных практик и наук (communication studies and arts). Образовательная программа соответствует ведущим тенденциям в области изучения и реализации социальных коммуникаций, отвечает на актуальные вызовы современности. Особое внимание уделяется не только актуальной, но и перспективной подготовке кадров, которые смогут эффективно работать в различных инновационных проектах, используя новейшие интеллектуальные и коммуникативные технологии.