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

ПРИКАЗ

Москва

от «15» октября 2014года № 01-5652
О введении в действие образовательных стандартов РАНХиГС высшего образования

В соответствии с ч. 10 ст. 11 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" и на основании решения Учёного совета Академии от 16 сентября 2014 г., протокол № 9

п р и к а з ы в а ю:

1. Ввести в действие с 16.09.2014 г. разработанные и утверждённые Российской академией народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации образовательные стандарты высшего образования по следующим направлениям подготовки в рамках программы Liberal Arts:

38.03.02 Менеджмент

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

41.03.01 Зарубежное регионоведение

42.03.02 Журналистика

46.03.01 История

50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

2. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на Назарова М.Н.

Ректор Академии В.А. Мау

Утверждён решением Учёного совета Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, протокол № 9 от 16 сентября 2014 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Квалификация «Академический бакалавр»

Направление подготовки

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

МОСКВА 2014

Пояснительная записка

Образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» разработан рабочей группой Института общественных наук РАНХиГС (далее Институт) в инновационном формате «многопрофильный бакалавриат». Структура стандарта не противоречит структуре федеральных государственных образовательных стандартов. При этом представленные в проекте цели и задачи образования, структура учебного плана, условия реализации программы, критерии качества обучения основаны на принципах и идеологии LiberalArts и поэтому имеют ряд принципиальных отличий от федеральных стандартов.

Принципиальные отличия данного стандарта от федеральных государственных образовательных стандартов заключаются в следующем:

- ***наличие переводного испытания в форме интегрированного письменного экзамена (эссе) по окончании 1 курса;***
- ***возможность выбора двух профилей*** (основного и дополнительного);
- ***введение регулярного тьюторского сопровождения***;
- ***академическое чтение*** – четырехлетняя программа чтения классических научных работ в области социальных и гуманитарных дисциплин;
- ***академическая мобильность*** студентов и преподавателей как обязательная составляющая программы и один из критериев ее качества.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РАНХиГС ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
"РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ"
(КВАЛИФИКАЦИЯ "АКАДЕМИЧЕСКИЙ БАКАЛАВР")

Образовательный стандарт высшего образования РАНХиГС (далее – ОС ВО РАНХиГС) по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" утвержден решением Ученого совета Российской Академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ от 16 сентября 2014 года (протокол № 9).

I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1 Настоящий образовательный стандарт высшего образования РАНХиГС (ОС ВО РАНХиГС) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации в непрерывном режиме основных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» в Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ в соответствии с лицензией на право ведения образовательной деятельности и обеспечивает подготовку по основной образовательной программе высшего образования с присвоением квалификации «Академический бакалавр».

1.2 Нормативными основами для формирования ОС ВО РАНХиГС по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" являются:

1.2.1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 05.05.2014) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.05.2014).

1.2.2. Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

1.2.3. Локальные нормативно-правовые акты РАНХиГС.

II. ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

ОС ВО РАНХиГС	- образовательный стандарт высшего образования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
ООП ВО	- основная образовательная программа высшего образования;
ОК	- общекультурные компетенции;
ПК	- профессиональные компетенции;
СК	- специальные компетенции.

III. ХАРАКТЕРИСТИКА ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

3.1 Нормативный срок, общая трудоемкость освоения основной образовательной программы высшего образования (в зачетных единицах) и соответствующая квалификация приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Сроки, трудоемкость освоения ООП и квалификация выпускников

Наименование ООП	Квалификация	Нормативный срок освоения ООП, включая последипломный отпуск	Трудоемкость (в зачетных единицах)
ООП многопрофильного бакалавриата	Академический Бакалавр (по двум профилям подготовки)	4 года	240[1]

Освоение ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" проводится по очной форме обучения.

Трудоемкость основной образовательной программы обучения за учебный год равна 60 зачетным единицам.

3.2 Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" реализуется по профилям подготовки, соотнесенным с соответствующим набором компетенций.

3.3. Решение об открытии профилей подготовки Академических бакалавров по ОС ВО РАНХиГС принимается Институтом, реализующим направление подготовки "Реклама и связи с общественностью", утверждается Учёным советом Академии и вводится в действие приказом ректора Академии. Аккредитованный и утверждённый профиль подготовки является неотъемлемой частью настоящего стандарта в рамках общего направления подготовки.

3.4 При условии успешного освоения ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" выпускнику присваивается квалификация «Академический бакалавр» по освоенным профилям подготовки: основной профиль (вид профессиональной деятельности) с выдачей диплома установленного Минобрнауки России образца о высшем образовании и дополнительный профиль (вид профессиональной деятельности) с выдачей Сертификата РАНХиГС.

IV. УСЛОВИЯ ПРИЁМА И ОБУЧЕНИЯ

4.1. Приём в РАНХиГС на обучение по ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" осуществляется в соответствии с Порядком приема в имеющие государственную аккредитацию образовательные учреждения высшего образования, устанавливаемый уполномоченным Правительством Российской Федерации федеральным органом исполнительной власти.

4.2. Предоставление результатов ЕГЭ к участию в конкурсном отборе на обучение по ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" на 1 курс устанавливается в следующем порядке: по русскому языку, иностранному языку и обществознанию.

4.3 Основанием для перевода на 2 курс и продолжения обучения до получения квалификации «Академический бакалавр» по указанной программе является переводное испытание в форме письменной работы – междисциплинарного аудиторного эссе, проводимое по окончании 1 курса. Проверка эссе осуществляется независимой

[1] Одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам.

Экспертной комиссией, состоящей из высококвалифицированных специалистов в области гуманитарных наук. Решение о переводе на 2-ой курс принимается при положительной оценке эссе Экспертной комиссией.

4.4. Успешно освоившим программу ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" и имеющим право на получения диплома установленного Минобрнауки России образца о высшем образовании и сертификата Академии считается студент, освоивший не менее 2-х профилей, предлагаемых программой (один – из набора основных и один – из набора дополнительных профилей). Освоение основного профиля определяется путем защиты выпускной квалификационной работы или сдачи государственного экзамена. Освоение дополнительного профиля определяется успешным написанием проекта (или аналитического исследования) и экспертным заключением работы.

V. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАКАЛАВРОВ, УСПЕШНО ОСВОИВШИХ ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

5.1 Область профессиональной деятельности бакалавров включает: преподавание, исследование (анализ) общественно-политических явлений и процессов, решение организационных задач, в соответствии со спецификой профилей.

5.2 Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются: медиа-коммуникационные системы и общественно-политические процессы.

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

- аналитическая и научно-исследовательская;
- образовательная;
- организационно-управленческая;
- проектная.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются РАНХиГС совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками, независимыми экспертами, в том числе зарубежными.

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

аналитическая и научно-исследовательская деятельность:

- участие в работе семинаров, научно-теоретических и научно-практических конференций, подготовке публикаций, обзоров и аннотаций;
- составление рефератов и библиографии по тематике проводимых исследований;
- составление разделов научно-аналитических отчетов, пояснительных записок

проектная деятельность:

-подготовка документации для разработки медиа-коммуникационных и управленческих программ и проектов;

- участие в проектировании научно-теоретических разработок, информационных и маркетинговых кампаний;
- участие в социальном и организационном проектировании;

организационно-управленческая деятельность:

- участие в организации управленческих процессов в органах государственной власти и местного самоуправления, общественных, профессиональных, творческих и религиозных организациях, коммерческих организациях

социально-коммуникативная деятельность:

- участие в мониторинге и анализе массовой информации;
- подготовка текстовых и аудиовизуальных информационных материалов;

- участие в интерактивных и публичных мероприятиях;

образовательная деятельность:

- преподавание отдельных дисциплин в общеобразовательных учреждениях и образовательных учреждениях начального профессионального и среднего профессионального образования, в соответствии с полученной квалификацией;
- подготовка учебно-методической документации по учебным дисциплинам;
- участие во внеаудиторной и воспитательной работе с учащимися;
- составление установленной отчетности по утвержденным формам

VI. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

6.1. Выпускник по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» с квалификацией «Академический бакалавр» должен обладать следующими компетенциями:

а) общекультурными, сформированными при изучении дисциплин общего блока (ОК)

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);
- способностью осуществлять деловое общение: публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловую переписку, электронные коммуникации (ОК-2);
- владением двумя иностранными языками и одним из них – на уровне, обеспечивающем возможность обучения в зарубежном вузе и эффективность профессиональной деятельности (ОК-3);
- умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-4);
- умением оценивать качество и содержание информации, выделять наиболее существенные факты и концепции, давать им собственную оценку и интерпретацию (ОК-5);
- умением выстраивать перспективные стратегии личностного и профессионального развития, проявлять готовность к дальнейшему обучению и самообучению (ОК-6);
- способностью к социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности (ОК-7);
- готовностью к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, уважение к человеческой личности, толерантность к другой культуре, способность руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности (ОК-8);
- знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны, готовностью и стремлением к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-9).
- готовностью уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, руководствоваться ими в профессиональной деятельности (ОК-10);
- знанием базовых ценностей мировой культуры и готовностью опираться на них в своем личностном и общекультурном развитии (ОК-11);
- знанием и пониманием законов развития природы, общества и мышления и умением оперировать этими знаниями в личной и профессиональной деятельности (ОК-12);
- обладанием навыками рефлексии, умением адекватно оценивать свои образовательные и профессиональные результаты (ОК-13);
- пониманием значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; готовность принять нравственные обязанности по

отношению к окружающей природе, обществу, другим людям и самому себе, готовность руководствоваться ими в своей профессиональной деятельности (ОК-14);
- способностью использовать знания в области социальных и экономических наук (социология, политология, психология, социальная психология, правоведение, экономика) для понимания принципов функционирования современного общества, социальных, экономических, правовых, политических, психологических механизмов и регуляторов общественных процессов и отношений, способность анализировать социально значимые проблемы и процессы, умение использовать полученные знания в контексте своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-15);
- способностью основываться на базовых знаниях в области общегуманитарных наук (философия, культурология, история) в процессе формирования своего мировоззрения, понимать проблемы взаимоотношений общества и человека, взаимосвязь свободы и ответственности, значение нравственного и ценностного выбора, расширять свой кругозор в контексте полученного культурологического знания; умение использовать гуманитарные знания в своей социальной и профессиональной деятельности (ОК-16);
- владением базовыми методами и технологиями управления информацией, включая использование программного обеспечения для её обработки, хранения и представления (ОК-17);
- владением методами количественного анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-18);
- способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-19);
- способностью учитывать последствия управленческих решений и действий с позиции социальной ответственности (ОК-20);
- владением основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-21);
- владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и укрепления здоровья для достижения должного уровня физической подготовленности, обеспечивающего полноценную социальную и профессиональную деятельность (ОК-22).

б) профессиональными, сформированными в результате изучения дисциплин основного профиля подготовки (ПК):

общепрофессиональные:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, 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);
- владением профессиональным дискурсом, знает основы риторики и стилистики (ПК-4);
- обладанием базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-5);
- обладанием базовыми навыками территориального брендинга и бренд-менеджмента (ПК-6);

- обладанием базовыми навыками медиапланирования (ПК-7);
- обладанием способами ведения профессиональной коммуникации; умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные и деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами и т.д. (ПК-8);
- способностью обсуждать профессиональные проблемы, умением доказательно аргументировать свою позицию, (ПК-9);
- умением вести диалог и управлять конфликтной ситуацией (ПК-10);
- владением профессиональной терминологией, способностью к профессиональному видению и интерпретации феноменов и процессов сферы общественных отношений и социальных коммуникаций (ПК-11);
- способностью осуществлять информационную поддержку и сопровождение программно-организационного развития и внешних связей (ПК-12)
- умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-13);

в организационно-управленческой деятельности:

- пониманием основ менеджмента (ПК-14)
- пониманием основ маркетинга (ПК-15);
- способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях (ПК-16);
- 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-17);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности организации (ПК-18);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-19);
- способностью участвовать в формировании и продвижении корпоративной культуры на основе современных коммуникативных технологий (ПК-20);
- готовностью к участию в формировании и поддержании инфраструктуры организационных коммуникаций; обеспечению и контролю эффективности коммуникационных каналов (ПК-21);
- обладанием базовыми навыками создания благоприятного психологического климата в коллективе; поддержки лояльности и мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации (ПК-22);
- пониманием значения и смысл PR-сопровождения антикризисных программ, способностью участвовать в их реализации, осознанием роль рекламы и связей с общественностью в достижении общественного согласия и урегулировании конфликтов (ПК-23)

в проектной деятельности:

- пониманием смысл и содержание проектной деятельности, осведомленностью о методологии и технологиях профессионального проектирования (ПК-24);
- способностью к участию в разработке проектов в области рекламы и связей с общественностью организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-25);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.) (ПК-26);
- способностью реализовать проекты и владеет технологиями реализации (ПК-27).

в коммуникационной деятельности:

- 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-28);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-29).

в рекламно-информационной деятельности:

- 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-30).
- умением использовать современные технологии дизайна и редактирования мультимедийных рекламных, презентационных и иных материалов (ПК-31)

в исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:

- обладанием компетенциями организации и проведения рыночных исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-32);
- способностью разработать программу, организовать проведение, обработать полученные данные и провести анализ результатов количественных и качественных социологических и маркетинговых исследований (ПК-33);
- владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);
- владением навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

в) специальными компетенциями, сформированными в результате изучения дисциплин выбранного дополнительного профиля подготовки (СК):

- способен осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач (СК-1);
- способен на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (СК-2);
- способен собрать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (СК-3);
- способен на основе описания демографических и социальных процессов и явлений строить теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты (СК-4);
- способен на основе типовых методик и с учётом актуальной нормативно-правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов, (СК-5);

- способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы (СК-6);
- способен анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (СК-7);
- способен критически оценить предлагаемые варианты политических (управленческих) решений и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев социально-экономической эффективности, рисков и возможных социально-экономических последствий (СК-8);
- способен анализировать и интерпретировать информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений (СК-9);
- способен интерпретировать экономические разделы планов экономического роста, обосновывать их и представлять результаты своей работы в соответствии с актуальной нормативно-правовой базой (СК-10);
- способен планировать и анализировать деятельность группы (организации), созданной для реализации конкретного экономического проекта в условиях экономических рисков (СК-11);
- владеет системой лингвистических знаний, включающей в себя знание основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей (СК-12);
- владеет методикой предпереводческого анализа текста, способствующей точному восприятию исходного высказывания (СК-13);
- владеет методами формального и когнитивного моделирования естественного языка и методами создания метаязыков (СК-14);
- обладает необходимыми интеракциональными и контекстными знаниями, позволяющими преодолевать влияние стереотипов и адаптироваться к изменяющимся условиям при контакте с представителями различных культур (СК-15);
- умеет структурировать и интегрировать знания из различных областей профессиональной деятельности и обладает способностью их творческого использования и развития в ходе решения профессиональных задач (СК-16);
- умеет осуществлять письменный перевод, устный последовательный перевод и устный перевод с листа с соблюдением норм лексической эквивалентности, соблюдением грамматических, синтаксических и стилистических норм текста перевода и темпоральных характеристик исходного текста (СК-17);
- владеет основными дискурсивными способами реализации коммуникативных целей высказывания применительно к особенностям текущего коммуникативного контекста (время, место, цели и условия взаимодействия) (СК-18);
- умеет моделировать возможные ситуации общения между представителями различных культур и социумов (СК-19);
- владеет международным этикетом в различных ситуациях межкультурного общения (сопровождение туристических групп, обеспечение деловых переговоров, обеспечение переговоров официальных делегаций) (СК-20);
- умеет работать с основными информационно-поисковыми и экспертными системами, системами представления знаний, синтаксического и морфологического анализа, автоматического синтеза и распознавания речи, обработки лексикографической информации и автоматизированного перевода,

автоматизированными системами идентификации и верификации личности (СК-21);

- владеет методикой подготовки к выполнению перевода, включая поиск информации в справочной, специальной литературе и компьютерных сетях (СК-22);
- владеет навыками научных исследований политических процессов и отношений, методами анализа и интерпретации представлений о политике, государстве и власти (СК–23);
- владеет навыками участия в исследовательском процессе, представлением о методах современной политической науки и их применении в политологических исследованиях (СК–24);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по политической психологии (знание закономерностей поведения и менталитета политических лидеров и рядовых граждан, их рациональных убеждений и бессознательных мотивов, массовых политических настроений и личностных особенностей политиков) (СК–25);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по сравнительной политологии (освоение основных теоретико-методологических подходов в политической компаративистике, знание современных школ и концепций в сравнительной политологии, владение навыками сравнительного анализа политических систем и институтов) (СК–26);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по политическому анализу и прогнозированию (представление об аналитической и прогностической функциях современной политологии, знание методов сбора и первичной обработки политической информации, методологии и методик политического анализа, освоение основных теоретико-методологических подходов в сфере политического прогнозирования) (СК–27);
- способен использовать знания о политической диагностике, участвовать в работе по описанию, прогнозированию политических процессов и проблемных ситуаций (СК–28);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по политическому управлению (представление о менеджменте в современной политике, понимание культурных факторов в принятии и реализации политических решений, умение оценивать политические технологии и идеологические составляющие политических процессов) (СК–29);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по политической истории России и зарубежных стран (знание основных этапов и характеристик политической, особенностей исторических традиций в политическом развитии, владение навыками политического анализа исторического прошлого) (СК–30);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по введению в политическую теорию (владение методологией анализа современных политологических доктрин и подходов, формирование навыков исследовательской работы в области теории политики) (СК–31);
- владеет методиками социологического, политологического и политико-психологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок и проведения избирательных кампаний (СК–32);
- способен и умеет использовать полученные знания и навыки по современной российской и мировой политике (знание основных закономерностей и тенденций мирового и российского политического процесса, представление о процессах глобализации и их влиянии на современные международные отношения, о месте и роли основных политических институтов в современном обществе) (СК–33).

VII. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

7.1. ООП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» предусматривает изучение следующих учебных циклов (таблица 2):

Общий блок;

блок «Основной профиль»;

блок «Дополнительный профиль»

и разделов:

физическая культура;

практики, НИР;

итоговая государственная аттестация.

7.2. Общий блок имеет базовую (обязательную) и вариативную (формируемую в соответствии с интересами и возможностями студента) части. Цикл «Основной профиль» имеет только базовую часть, которая позволяет студенту получить углубленные знания и навыки по основному направлению подготовки. Цикл «Дополнительный профиль» имеет только вариативную часть, которая позволяет студенту освоить компетенции по выбранному им дополнительному направлению подготовки.

7.3. К видам итоговой государственной аттестации относятся: подготовка и защита выпускной квалификационной работы, государственный экзамен.

Таблица 2

Структура ООП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

Код	Учебные циклы ООП	Трудоемкость (зачетные единицы)	Обязательные учебные дисциплины	Формируемые компетенции
Б.1	**Общий блок** **Базовая часть** В результате освоения базовой части общего блока студент должен: **знать**: английский язык в объеме, необходимом для получения профессиональной деятельности или продолжения обучения в зарубежном вузе; второй иностранный язык, в объёме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и общения на нём.	**120 – 130** **70 – 75**	Английский язык Второй иностранный язык Академическое чтение	ОК-2 ОК-3 ОК-4
	Вариативная часть	**50 – 55**	Письмо и критическое мышление История Социология	ОК-1 ОК-2 ОК-4 – ОК-21

			Политология Антропология Экономика Математика	
Б.2	**Основной профиль** **Базовая часть** В результате освоения базовой части основного профиля студент должен освоить профессиональные компетенции, соответствующие направлению подготовки	**40 – 50**		ОК-1 ОК-8 ОК-10 – ОК-12 ОК-16 ОК-21 ПК-1 – ПК-16 ПК-18 – ПК-35
	Вариативная часть			
Б.3	**Дополнительный профиль** **Базовая часть**	**28**		СК-1 – СК-33
	Вариативная часть	**28**		СК-1 – СК-33
Б.4	**Физическая культура**	**2**		ОК-22
Б.5	**Практики, НИР**	**10 – 20**		ОК-4 ОК-5 ОК-7 ОК-13 ОК-19 ОК-20 ПК-1 – ПК-3 ПК-5 ПК-7 ПК-9 – ПК-11 ПК-13 ПК-17 ПК-19 ПК-22 – ПК-24 ПК-26 ПК-28 – ПК-30 СК-1 СК-3 СК-13 СК-17 СК-29 СК-30
Б.6	**Итоговая государственная аттестация**	**10 - 15**	Выпускная квалификационная работа, Государственный экзамен	ОК-1 ОК-4 ОК-8 ПК-1 – ПК-35
	Общая трудоемкость основной образовательной	**240**		

	программы			

VIII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

8.1 Общие требования.

8.1.1 Институт РАНХиГС, реализующий ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью", разрабатывает основную образовательную программу, которая включает в себя: учебный план основного и профильных направлений подготовки, рабочие программы учебных дисциплин, программы практик и самостоятельной работы студентов, итоговой государственной аттестации, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие освоение основной образовательной программы.

8.1.2 Состав профилей ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" определяется Институтом в соответствии с основным направлением подготовки и подлежит регулярному обновлению с учётом развития науки, культуры, экономики, социальной сферы, образовательных технологий, востребованности специальных компетенций на рынке труда.

8.2 Требования к формированию учебных планов.

8.2.1 Учебный план составляется на нормативный срок, в соответствии с требованиями, установленными в разделе «Требования к структуре ООП ВО», с полной расшифровкой вариативной части и утверждается Ученым советом РАНХиГС. Учебный план должен отражать общую логику формирования всех требуемых компетенций при реализации ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью". В учебном плане должна быть отражена логическая последовательность освоения дисциплин ООП ВО с указанием их общей трудоемкости, трудоемкости аудиторной и самостоятельной работы, видов учебной работы, форм текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по семестрам или другим интервалам в течение учебного года.

Учебный план должен содержать: полный перечень дисциплин, блоков дисциплин (при их наличии), практик, форм самостоятельной работы студентов, мероприятий итоговой государственной аттестации с указанием их общей трудоемкости, сроков освоения и форм аттестации. Учебный план служит основой для составления: календарного графика учебного процесса, расписания занятий, расчета нагрузки преподавателей.

8.2.2 Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий (дискуссий, деловых и ролевых игр, разбора конкретных ситуаций, тренингов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития общекультурных и профессиональных компетенций выпускников. В рамках учебных курсов должны быть предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется особенностью состава обучающихся и содержанием конкретных дисциплин; в целом, в учебном процессе они должны составлять не менее 30% аудиторных занятий. В учебном плане, в целом, занятия лекционного типа не могут составлять более 40% объема аудиторных занятий.

8.2.3 Дополнительные профили фиксируются в учебном плане в виде модулей дисциплин по выбору.

8.2.4 В учебной программе каждой дисциплины должны быть чётко сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми

знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями в целом по ООП ВО. Общая трудоёмкость дисциплины не может быть менее двух зачётных единиц (за исключением дисциплин по выбору студентов). По дисциплинам, трудоёмкость которых составляет более трёх зачётных единиц, должна выставляться оценка («отлично», «хорошо», «удовлетворительно»).

8.2.5 Совокупно ООП ВО должна содержать дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее 30% от вариативной части. Порядок формирования дисциплин по выбору и порядок выбора этих дисциплин обучающимися устанавливаются локальными нормативными актами Института, реализующего ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью". Не менее 4 зачётных единиц в вариативной части ООП должны составлять курсы, разработанные и преподаваемые при непосредственном участии работодателей (мастер-классы, профессионально-ориентированные курсы).

8.2.6 Численность студентов в группе для семинарских и практических занятий не должна превышать 15 человек. Для иных видов занятий (в том числе интерактивных) размер группы может быть изменен.

8.2.7 Важной составляющей ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" является самостоятельная работа студентов, которая входит в состав учебных дисциплин или носит междисциплинарный характер. Программы самостоятельной работы студентов и требования к ее результатам являются обязательной частью ООП ВО.

8.2.8 В учебной программе каждой дисциплины должны быть сформулированы конечные результаты обучения в органичной увязке с осваиваемыми знаниями, умениями и приобретаемыми компетенциями ООП ВО в целом.

8.2.9 Максимальный объем учебной нагрузки студентов не может составлять более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебной работы по освоению основной образовательной программы высшего образования и факультативных дисциплин, устанавливаемых Институтом дополнительно к ООП ВО и являющихся необязательными для изучения студентами.

8.2.10 Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» составляет 27 академических часов. В указанный объем не входят обязательные аудиторные занятия по физической культуре и факультативы.

8.2.10 Общий объем каникулярного времени в учебном году должен составлять 7 – 10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

8.2.11 Раздел "Физическая культура" трудоемкостью две зачетные единицы реализуется в объеме 400 часов для очной формы обучения, при этом объем практической подготовки, в том числе игровых видов, должен составлять не менее 360 часов.

8.2.12 Институт обязан обеспечить обучающимся реальную возможность участвовать в формировании программы обучения, включая разработку индивидуальных образовательных программ.

8.2.13 При формировании ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" Институт обязан ознакомить обучающихся с их правами и обязанностями, разъяснить, что избранные обучающимися дисциплины становятся для них обязательными, а их суммарная трудоемкость не должна быть меньше, чем это предусмотрено учебным планом.

8.3 Организация практики.

8.3.1 Раздел "Практики, НИР" ООП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку студентов.

8.3.2. Конкретные виды практик определяются этапами ООП ВО. Цели и задачи, программы и формы отчетности определяются по каждому виду практики в зависимости от профиля программы.

8.3.3. Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в и в исследовательских центрах Академии, обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

8.3.4. Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа студента. В случае ее наличия при разработке программы научно-исследовательской работы студентам предоставляется возможность:

изучать специальную литературу, получать информацию о достижениях отечественной и зарубежной науки в соответствующей области знаний;

участвовать в проведении научных исследований или выполнении технических разработок;

осуществлять сбор, обработку, анализ и систематизацию научно-технической информации по теме (заданию);

участвовать в командной проектной и исследовательской работе по теме (заданию);

составлять отчеты (разделы отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию);

выступить с докладом на конференции;

готовить статьи и тезисы для научных сборников.

8.3.6. Индивидуальный учебный план студента может предусматривать прохождение практики в зарубежной организации, соответствующей направлению ООП ВО.

8.4 Тьюторское сопровождение

8.4.1 При поступлении на первый курс ООП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» для каждого студента приказом директора Института назначается тьютор, который совместно со студентом формирует его индивидуальную образовательную программу подготовки и обеспечивает методическое и организационное сопровождение студента в освоении образовательной программы.

8.4.2 Тьюторское сопровождение состоит из аудиторной нагрузки (не менее 4 академических часов в неделю для каждого студента) и индивидуального внеаудиторного консультирования (индивидуальном, дистанционном и online-режимах), установленного из расчёта не менее 1 академического часа в неделю на каждого студента.

8.4.3 Норматив тьюторского сопровождения: не более 15 студентов на одного тьютора.

8.5 Права и обязанности студентов.

Наряду с установленными законодательными и другими нормативными правовыми актами студенты имеют следующие права:

- выбирать конкретные дисциплины в пределах объема учебного времени, отведенного на освоение дисциплин по выбору, предусмотренных ООП ВО;

- получать консультацию по выбору дисциплин и их влиянию на будущий профиль подготовки;

- изучать отдельные дисциплины и учебные модули на других факультетах РАНХиГС или в иных зарубежных или российских вузах; общий объем таких курсов не должен превышать 60 зачетных единиц;

- изучения ряда предметов (в частности, второго и третьего иностранных языков) дополнительно к основному перечню дисциплин, в качестве факультативных;

- зачета освоенных ранее дисциплин при переводе из другого высшего учебного заведения при наличии соответствующих документов.

8.6 Требования к кадровым условиям обеспечения программы:

8.6.1 Реализация ООП ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с

общественностью» 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 ООП бакалавриата по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью", должна быть не менее 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 должны иметь не менее восьми процентов преподавателей.

Преподаватели профессионального цикла должны иметь базовое образование и/или ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины. Не менее 60 процентов преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс по профессиональному циклу, должны иметь ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу должно быть привлечено не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

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 5 последних лет.

8.6.2 Институт обязан привлекать к работе со студентами преподавателей, имеющих опыт научно-исследовательской, педагогической или иной профессиональной деятельности в ведущих зарубежных организациях, соответствующих профилю программы. При этом педагогический коллектив считается соответствующим уровню требований программы, если выполнены не менее трех из перечисленных ниже условий:

- организованы три или более публичные лекции зарубежных или российских приглашенных профессоров или экспертов;
- ООП ВО направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" предусматривает курсы зарубежных профессоров или экспертов;
- наличие в составе ППС программы двух или более преподавателей с дипломом PhD полученным в ведущем зарубежном вузе;
- в течение года организуются стажировки преподавателей программы в зарубежном университете, научно-исследовательском центре, международной организации;
- в течение года, преподаватели, ведущие дисциплины ООП бакалавриата по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" ведут дисциплины в зарубежных вузах или учебных программах.

8.7 Требования к учебно-методическим и информационным условиям.

8.7.1 ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" должна обеспечиваться учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам основной образовательной программы, в том числе внутриуниверситетскими изданиями и разработками, методическими указаниями и рекомендациями, учебно-методическими комплексами, компьютерными обучающими программами, тестами и др. Содержание учебных дисциплин должно быть представлено в сети Интернет или локальной сети РАНХиГС.

8.7.2 Студентам должен быть обеспечен доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. Должна быть обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее чем для 25% студентов. Электронно-библиотечная система

должна обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого студента из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет.

8.7.3 Институт, реализующий ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью", обязан обеспечить студентам доступ к печатным и электронным ресурсам, необходимым для успешного освоения ООП ВО. Ответственность за доступность и качество материалов несут руководитель подразделения, утверждающего программу курса и преподаватель соответствующего курса.

8.7.4 Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями должен осуществляться с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся должен быть обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

8.7.5 Институт, реализующий ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью", должен располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

8.8 Требования к финансовым условиям реализации ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью"

8.8.1 Ученый совет РАНХиГС при введении ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" утверждает размер средств на ее реализацию.

8.8.2 Финансирование реализации ООП ВО по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" должно осуществляться в объеме не ниже установленных нормативов финансирования высшего учебного заведения[2].

IX. ТРЕБОВАНИЯ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КАЧЕСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ "РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ"

9.1 Институт, реализующий ООП ВО , обязан обеспечивать качество подготовки, в том числе путем:

разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;

периодической внешней (в том числе, зарубежной) экспертизы образовательной программы;

разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

обеспечения компетентности преподавательского состава;

регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки своей деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;

информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

9.2. Оценка качества освоения образовательной программы бакалавриата должна включать текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую государственную аттестацию выпускников.

---

[2] Пункт 2 статьи 41 Закона Российской Федерации "Об образовании" от 10 июля 1992 г. N 3266-1 (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, N 3, ст. 150; 2002, N 26, ст. 2517; 2004, N 30, ст. 3086; N 35, ст. 3607; 2005, N 1, ст. 25; 2007, N 17, ст. 1932; N 44, ст. 5280).

9.3. Конкретные формы, процедуры и критерии текущего и промежуточного контроля знаний по каждой дисциплине доводятся до сведения обучающихся в течение первой недели обучения.

9.4. Студентам должна быть предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

9.5. Итоговая государственная аттестация по основной образовательной программе бакалавриата высшего образования по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью" включает защиту выпускных квалификационных работ или сдачу государственного экзамена по основному профилю и написание проекта (или аналитического исследования) по дополнительному профилю.