

Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
БАЛТИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДЕНО

Представитель работодателя

Пресс-секретарь Ленинградского
областного регионального отделения
партии «Единая Россия»

Ректор

НОУ ВПО БАТИП


М.А. Бавтушная
МП «10» 03 2014 г.


Т.И. Власова
МП «17» марта 2014 г.

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
ПРОФИЛЬ
РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОЙ
СФЕРЕ**

Квалификация (степень) **Бакалавр**

Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная

Санкт-Петербург

2014

Содержание.

1. Общие положения
 - 1.1. Основная образовательная программа высшего профессионального образования (бакалавриата) по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
 - 1.2. Нормативные документы для разработки ООП по направлению подготовки
 - 1.3. Общая характеристика ООП ВПО
 - 1.4. Требования к абитуриенту
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП по направлению подготовки
 - 2.1. Область профессиональной деятельности выпускника
 - 2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника
 - 2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника
 - 2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника
3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения данной ООП
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП по направлению подготовки
 - 4.1. Календарный учебный график
 - 4.2. Учебный план подготовки
 - 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)
 - 4.4. Программы учебной и производственной практик
5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП по направлению подготовки
6. Характеристика среды Академии, обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению подготовки
 - 7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в промежуточной аттестации
 - 7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников ООП
8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.
9. Разработчики и эксперты ООП

1. Общие положения

1.1. Основная образовательная программа высшего профессионального образования (бакалавриата) по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

ООП, реализуемая НОУ ВПО «Балтийская академия туризма и предпринимательства» (БАТиП) по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ и профилю подготовки: РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОМЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВПО), а также с учетом рекомендаций примерной образовательной программы. ООП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению. ООП включает в себя следующие характеристики: направление, профиль подготовки и квалификацию выпускника, цель ООП, требования к абитуриентам, сроки освоения и трудоемкость ООП, документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса, в том числе учебные планы (по формам обучения), графики учебного процесса программы учебных дисциплин, практик, учебно-методические комплексы, требования к выпускникам (требования к результатам освоения программы), ресурсное обеспечение ООП (кадровое, учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение), характеристики среды Академии, обеспечивающей развитие профессиональных и социально-личностных качеств выпускника, описание образовательных технологий, применяемых при реализации ООП, а также описание системы оценки качества подготовки студентов и выпускников.

ООП ежегодно пересматривается и обновляется в части содержания учебных планов, состава и содержания рабочих программ дисциплин, программ учебной и производственной практик, методических материалов, обеспечивающих реализацию соответствующей образовательной технологии с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы в рамках, допустимых ФГОС ВПО.

1.2. Нормативные документы для разработки ООП по направлению подготовки

Нормативную правовую базу разработки ООП составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании в РФ» (от 29.12.2012 № 273-ФЗ);
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ высшего профессионального образования,

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

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Устав НОУ ВПО «Балтийская академия туризма и предпринимательства» (БАТиП);
- Локальные нормативные акты

1.3. Общая характеристика ООП ВПО

Цель ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ предназначена для методического обеспечения учебного процесса и предполагает формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки бакалавров.

Срок освоения ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Срок освоения ООП - 4 года в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению.

Очная форма обучения – 4 года в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению.

Очно-заочная форма обучения – 5 лет.

Заочная форма обучения – 5 лет.

Трудоемкость ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Трудоемкость освоения ООП - 240 зачетных единиц за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВПО по данному направлению и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании, свидетельствующий об освоении 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.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП по направлению подготовки

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

Область профессиональной деятельности бакалавров включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

- технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;

- общественное мнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;

- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

Бакалавр по направлению подготовки **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ** в основном готовится к организационно-управленческой, коммуникационной и рекламно-информационной видам деятельности.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

- участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

проектная:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная:

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

- участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;

рекламно-информационная:

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

рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая:

- участие в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;

- участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа фирмы, организации, товаров и услуг;

- проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг; сбор, обработка и анализ полученных данных;

- подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения; обработка и подготовка данных для анализа;

- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения данной ООП

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-1);

умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность (ОК-4);

умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы,

возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);

знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (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, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

обладает базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности (ПК-12);

владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);

умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

организационно-управленческая деятельность:

обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация,

учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-17);

способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

проектная деятельность:

способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

владеет навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25);

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами

массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27);

рекламно-информационная деятельность:

способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-28);

рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

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

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

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

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

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

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

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП по направлению подготовки

4.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график, в котором указывается последовательность реализации ООП ВПО по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы представлен в Приложении 2 Календарный график учебного процесса и учебный план подготовки бакалавра по направлению.

4.2. Учебный план подготовки

Учебный план отображает логическую последовательность освоения циклов и разделов ООП, обеспечивающих формирование компетенций. При составлении учебного плана Академия руководствуется общими требованиями к условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в разделе 7 ФГОС ВПО по направлению подготовки. В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, и практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВПО. В вариативных частях учебных циклов Академия самостоятельно формирует перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей примерной ООП ВПО.

Основная образовательная программа содержит дисциплины по выбору студентов в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам ООП, хотя эти дисциплины не обязательно присутствуют в каждом цикле. Порядок формирования перечня дисциплин по выбору обучающихся устанавливает Ученый совет Академии.

Для каждой дисциплины и практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации. Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями общественных организаций, российских и зарубежных компаний, мастер-классы экспертов и специалистов.

В соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ максимальный объем учебных занятий обучающихся составлять не более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению основной образовательной программы и факультативных дисциплин, установленных Академией дополнительно к ООП и являющихся необязательными для изучения обучающимися. Объем

факультативных дисциплин не превышает 10 зачетных единиц за весь период обучения.

Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении основной образовательной программы в очной форме обучения составляет 36 академических часов. В указанный объем не входят обязательные занятия по физической культуре.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием конкретных дисциплин, и в целом в учебном процессе составляют не менее 20% аудиторных занятий. Занятия лекционного типа для соответствующих групп студентов составляют не более 40% аудиторных занятий. Учебный план подготовки студентов по направлению обучения 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ представлен **в Приложении 2** Календарный график учебного процесса и учебный план подготовки бакалавра по направлению.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

В ООП входят аннотации дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студентов, которые представлены **в Приложении 1**. Аннотации рабочих программ учебных дисциплин

Аннотации рабочих программ дисциплин представлены в следующем формате:

1. Цели и задачи дисциплины
2. Содержание дисциплины

4.4. Программы учебной и производственной практик.

Учебная и производственная практики представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. При реализации ООП предусматриваются следующие виды практики: учебно-ознакомительная, производственная и преддипломная практики.

Практики проводятся в сторонних организациях или на кафедрах и в лабораториях вуза (учебная практика), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

Аттестация по итогам практики производится в виде защиты практики обучающимся. По учебно-ознакомительной практике - на основании отчета студентов. По производственной - преддипломной практике - на основании отзыва-характеристики с места практики, дневника практики, отчета студента о прохождении практики и выполнении плана практики, а также на основании представления в комиссию по защите практики подготовленной выпускной квалификационной работы.

Разделом учебной практики может являться научно-исследовательская работа обучающегося. В случае ее наличия при разработке программы

научно-исследовательской работы высшее учебное заведение должно предоставить возможность обучающимся:

- изучать специальную литературу и другую научно-практическую информацию, достижения отечественной и зарубежной науки и практики в области рекламы и связей с общественностью;

- участвовать в проведении научных исследований или выполнении научно-практических проектов;

- участвовать в конференциях и научно-практических семинарах;

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

- принимать участие в организации и проведении рекламных кампаний и мероприятий по связям с общественностью;

- проводить промежуточные аттестации по этапам подготовки выпускной квалификационной работы.

Программы практик представлены в **Приложении 4. Программы практик (по видам).**

5. Фактическое ресурсное обеспечение ООП по направлению подготовки

Ресурсное обеспечение ООП по направлению подготовки 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ формируется на основании требований к условиям реализации основных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВПО по данному направлению подготовки.

Реализация основных образовательных программ бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими, как правило, базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью - **Приложение 5. Сведения о персональном составе педагогических работников.**

К реализации ООП привлекаются квалифицированные кадры. Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, составляет 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 имеют не менее 6 процентов преподавателей. Преподаватели профессионального цикла имеют 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, имеют ученые степени или ученые звания. К образовательному процессу привлечено не менее пяти процентов преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений в сфере рекламы и связей с общественностью. До 10 процентов от общего числа преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, может быть заменено преподавателями, имеющими стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет.

Основная образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам основной образовательной программы - **Приложение 3. Рабочие программы учебных дисциплин**

Учебно –методическое обеспечение характеризуется наличием разработанных профессорско-преподавательским составом Академии учебно-методических комплексов учебных дисциплин. Содержание каждой из таких учебных дисциплин представлено в сети Интернет или локальной сети Академии. Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы. При этом обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к такой системе не менее чем для 25 процентов обучающихся. Информационное обеспечение учебного процесса определяется возможностью доступа к ЭБС «Знаниум»

Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние пять лет), из расчета не менее 25 экземпляров таких изданий на каждые 100 обучающихся. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания в расчете 1 - 2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. Оперативный обмен информацией с отечественными и зарубежными вузами и организациями осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации об интеллектуальной собственности и международных договоров Российской Федерации в области интеллектуальной собственности. Для обучающихся

обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам.

Академия располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Необходимый для реализации ООП бакалавриата перечень материально-технического обеспечения включает в себя: компьютерные лаборатории, оборудованные мультимедийным оборудованием залы и аудитории, фото- или видеостудию, возможность проводить соответствующие занятия в рекламном агентстве на основании соглашения. При использовании электронных изданий Академия обеспечивает каждого обучающегося во время самостоятельной подготовки рабочим местом в компьютерном классе с выходом в сеть Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Так же Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

6. Характеристика среды Академии, обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

Воспитательная деятельность в БАТиП осуществляется системно через учебный процесс, практику, научно-исследовательскую работу и систему внеучебной работы. В Академии сформирована благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая возможность формирования общекультурных компетенций выпускника, всестороннего развития личности, а так же непосредственно способствующая освоению Основной образовательной программы. Все виды деятельности направлены на формирование мировоззрения, толерантного сознания, системы ценностей, личностного, творческого и профессионального развития студентов, самовыражения в различных сферах деятельности, способствующих обеспечению адаптации в социокультурной среде.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ООП по направлению обучения 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в промежуточной аттестации.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и другие методы контроля, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций с высокой степенью объективности, обоснованности и сопоставимости.

7.2. Итоговая государственная аттестация выпускников

Итоговая государственная аттестация (ИГА) является наиболее действенным инструментом контроля качества подготовки выпускников университета. Как оценочная квалиметрическая процедура, ИГА направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников по основной образовательной программе направления подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта. Итоговые аттестационные испытания, входящие в перечень обязательных, не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студента.

Порядок организации и проведения Итоговой государственной аттестации определяется «Положением об итоговой государственной аттестации выпускников высших учебных заведений Российской Федерации» и «Положением об итоговой государственной аттестации выпускников академии» (локальный документ). Итоговая государственная аттестация в Академии включает защиту бакалаврской выпускной квалификационной работы и государственный экзамен, который введен по решению Ученого совета. Приложение 6. Программа итоговой государственной аттестации студентов - выпускников на соответствие их подготовки ожидаемым результатам образования, которая включает Методические указания по организации, выполнению и защите выпускной квалификационной работы и Программу государственного экзамена.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Качество подготовки по данной основной образовательной программе обеспечивается мониторингом учебного процесса, регулярным проведением самообследования.

9. Разработчики и эксперты ООП.

РАЗРАБОТЧИКИ ООП:

Проректор по учебной работе доктор филологических наук профессор Е.Е. Корнилова

Заведующий кафедрой Массовых коммуникаций доц. М.А. Охримская
Директор ДУМР Ю.Г. Лютова

Специалист ДУМР О.В. Масалова

ЭКСПЕРТ ООП:

Пресс-секретарь Ленинградского областного регионального отделения партии «Единая Россия» М.А. Бавтушная