

УТВЕРЖДЕН
Ученым советом
Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики»
Протокол от 26.12.2014 № 10
*В редакции 2016 г. (утверждена
профессиональной коллегией УМС НИУ ВШЭ,
протокол от 27.12.2016 г. №3)*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
НАЦИОНАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

**по направлению подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:
Бакалавр

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Образовательный стандарт НИУ ВШЭ разработан в соответствии с Федеральным законом от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», в соответствии с п. 10 ст. 11 которого образовательным организациям высшего образования, в отношении которых установлена категория "федеральный университет" или "национальный исследовательский университет", а также федеральным государственным образовательным организациям высшего образования, перечень которых утверждается указом Президента Российской Федерации, предоставлено право разрабатывать и утверждать самостоятельно образовательные стандарты по всем уровням высшего образования.

Требования к условиям реализации и результатам освоения образовательных программ высшего образования, включенные в такие образовательные стандарты, не могут быть ниже соответствующих требований федеральных государственных образовательных стандартов.

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ	4
II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ.....	4
III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	5
IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	6
V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	8
VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	11
VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	15
VIII. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	17

I. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

1.1. Настоящий образовательный стандарт высшего образования НИУ ВШЭ (далее – ОС НИУ ВШЭ) представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации в НИУ ВШЭ основных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**.

II. ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОКРАЩЕНИЯ

В настоящем стандарте НИУ ВШЭ используются термины и определения в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации», а также с международными документами в сфере высшего образования:

основная образовательная программа - комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и в случаях, предусмотренных Федеральным законом об образовании, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), иных компонентов, а также оценочных и методических материалов;

профессиональное образование – вид образования, который направлен на приобретение обучающимися в процессе освоения основных профессиональных образовательных программ знаний, умений, навыков и формирование компетенции определенных уровня и объема, позволяющих вести профессиональную деятельность в определенной сфере и (или) выполнять работу по конкретным профессии или специальности;

направление подготовки – совокупность образовательных программ для бакалавров различных профилей, интегрируемых на основании общности фундаментальной подготовки;

объект профессиональной деятельности – системы, предметы, явления, процессы, на которые направлено воздействие;

область профессиональной деятельности – совокупность объектов профессиональной деятельности в их научном, социальном, экономическом, производственном проявлении;

компетенция – способность применять знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в определенной области.

модуль – часть образовательной программы или часть учебной дисциплины, имеющая определенную логическую завершенность по отношению к установленным целям и результатам обучения, воспитания;

зачетная единица – мера трудоемкости образовательной программы;

результаты обучения – усвоенные знания, умения и освоенные компетенции;

учебный цикл – совокупность дисциплин (модулей) основной образовательной программы, обеспечивающих усвоение знаний, умений и формирование компетенций в соответствующей сфере научной и (или) профессиональной деятельности;

специализация – группа учебных дисциплин, объединенная общностью проблематики.

В настоящем стандарте НИУ ВШЭ используются следующие сокращения:

ВО – высшее образование;

ВКР – выпускная квалификационная работа

УК – универсальные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции

ОС НИУ ВШЭ – образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики

ОП - образовательная программа;

УЦ ОП - учебный цикл образовательной программы;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

з.е. – зачетная единица

III. ХАРАКТЕРИСТИКА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

3.1 Характеристика направления подготовки:

Взаимозависимость и взаимопроникновение сферы связей с общественностью, рекламы и новых медиа обуславливают необходимость усиления прикладного характера образования, что является одной из важных задач обучения в рамках данного направления, поэтому в рамках подготовки по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** предусмотрены специализации/профили.

Учебный процесс основан на взаимодополнении теоретических, практических занятий, мастер-классов ведущих специалистов по коммуникативным технологиям, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью. Основной упор при этом делается на технологии коллективного освоения преподаваемого материала и ролевого участия в процессе реализации реальных проектов в сфере коммуникативных технологий, касающихся как бизнес-процессов, так и информационной активности государственных и общественных структур.

Образовательный процесс по данному направлению подготовки строится, исходя из понимания того, что высококвалифицированному специалисту в области коммуникаций на сегодняшний день требуется широкий спектр знаний в области рекламы, включающий в себя навыки и умения в области связей с общественностью, а также знание современных тенденций развития средств массовой коммуникации, в число которых, безусловно, входит феномен новых медиа.

3.2 Высшее образование по программам бакалавриата в рамках данного направления подготовки (в том числе инклюзивное образование инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) может быть получено только в образовательных организациях. Получение высшего образования по программам бакалавриата в рамках данного направления подготовки в форме самообразования не допускается.

3.3 Обучение по программам бакалавриата по данному направлению осуществляется в очной форме обучения.

3.4 Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы несколькими организациями, осуществляющими образовательную деятельность, с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренному обучению.

3.5 Сроком получения образования по программе бакалавриата данного направления подготовки для очной формы обучения является срок освоения студентом всех элементов образовательной программы и прохождение государственной итоговой аттестации.

3.6 Стандартный объем программы бакалавриата при очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е. Студент, осваивающий ежегодно стандартный объем программы бакалавриата, завершает освоение образовательной программы за 4 года. Объем программы бакалавриата за один учебный год не может составлять более 75 з.е.

3.7 По данному направлению подготовки не допускается реализация программ бакалавриата с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

IV. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

4.1 Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр» включает связи с общественностью, рекламу, новые медиа.

4.2 Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр» являются:

- 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

4.3 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники по программам бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр»:

- организационно-управленческая (ОУД);
- проектная (ПД);
- коммуникационная (КмД);
- рекламно-информационная (ПТД_РСО);
- научно-исследовательская (НИД);
- аналитическая (АД).

4.4 Выпускник, освоивший программу бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр», в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

1) организационно-управленческая деятельность:

- 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;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

- 2) проектная деятельность:
 - участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
 - подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.);
- 3) коммуникационная деятельность:
 - 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 планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- 4) 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;
 - разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы и связей с общественностью;
- 5) научно-исследовательская:
 - проведение научных исследований в сфере коммуникаций, написание и публикация результатов научного познания.
 - 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;
- 6) аналитическая:
 - сбор, обработка данных и анализ состояния рекламного рынка и рынка услуг по связям с общественностью, состояния общественного мнения;
 - подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;
 - сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;
 - оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
 - составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;
 - написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

V. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

5.1 В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы универсальные и профессиональные компетенции.

5.1.1 Выпускник, освоивший программу бакалавриата должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Код компетенции по порядку	Код компетенции по ЕКК	Формулировка компетенции
УК-1	СК- Б 1	Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной
УК-2	СК-Б3	Способен выявлять научную сущность проблем в профессиональной области.
УК-3	СК-Б4	Способен решать проблемы в профессиональной деятельности на основе анализа и синтеза
УК-4	СК-Б5	Способен оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональной деятельности
УК-5	СК-Б6	Способен работать с информацией: находить, оценивать и использовать информацию из различных источников, необходимую для решения научных и профессиональных задач (в том числе на основе системного подхода)
УК-6	СК-Б7	Способен вести исследовательскую деятельность, включая анализ проблем, постановку целей и задач, выделение объекта и предмета исследования, выбор способа и методов исследования, а также оценку его качества
УК-7	СК-Б8	Способен работать в команде
УК-8	СК-Б9	Способен грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения
УК-9	СК-Б10	Способен критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность
УК-10	СК-Б11	Способен осуществлять производственную или прикладную деятельность в международной среде

5.1.2 Выпускник, освоивший программу бакалавриата должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

Код компетенции по порядку	Код компетенции по ЕК	Формулировка компетенции
ПК-1	ИК-Б1	Способен применять и апробировать исследовательские инструменты (анкеты, опросники, вопросы для интервью и т.п.) для проведения маркетинговых и социологических исследований (по видам и областям профессиональной деятельности: реклама, связи с общественностью, новые медиа)
ПК-2	ИК-Б2	Способен адаптировать результаты научных исследований для решения задач профессиональной деятельности

ПК-3	ИК-Б3	Способен к восприятию письменных и устных текстов с целью переработки в интересах целевой аудитории
ПК-4	ИК-Б4	Способен создавать тексты рекламного, информационного, аналитического, исследовательского характера на государственном (русском) и английском языках
ПК-5	ИК-Б5	Способен к оформлению и представлению результатов деятельности в виде компьютерных презентаций, отчетных материалов, в ходе публичных выступлений
ПК-6	ИК-Б6	Способен к работе с базами данных для систематизации и хранения рабочей информации, используя правила и приемы обеспечения информационной безопасности
ПК-7	ИК-Б7	Способен использовать ресурсы и средства Интернет для решения профессиональных задач и ведения сетевой коммуникации
ПК-8	ИК-Б8	Способен описывать проблемы и ситуации профессиональной деятельности, используя язык и аппарат социальных, гуманитарных, экономических и математических наук
ПК-9	ИК-Б9	Способен использовать нормативные и правовые документы в профессиональной деятельности
ПК-10	ИК-Б10	Способен использовать конкретные концепции, модели, методы, способы и инструменты, выбирая их адекватно решаемой профессиональной задаче (по видам и областям профессиональной деятельности: реклама, связи с общественностью, новые медиа)
ПК-11	ИК-Б8	Способен эффективно организовать свою деятельность по выполнению поставленных руководством задач (по видам и областям профессиональной деятельности: реклама, связи с общественностью, новые медиа)
ПК-12	ИК-Б10	Способен наращивать ценность бренда для потребителя через изменение и коррекцию его рациональных либо эмоциональных характеристик (в применении к продукту, продуктовой линейке либо бренда в целом), увеличивая его конкурентоспособности
ПК-13	ИК-Б11	Способен принимать участие в подготовке и проведении анализа конкурентов, целевой аудитории, бренда и в определении основных вводных для последующей разработки медиаплана
ПК-14	ИК-Б12	Способен к реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью фирмы/организации, выбирая адекватные средства и методы достижения поставленных целей проекта
ПК-15	ИК-Б13	Способен организовать работу проектных команд в зоне профессиональной ответственности
ПК-16	ИК-Б14	Способен к участию в планировании, подготовке, и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации
ПК-17	ИК-Б15	Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной деятельностью, деятельностью по связям с общественностью, проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок
ПК-18	ИК-Б16	Способен оценивать эффективность интегрированных коммуникационных кампаний
ПК-19	ИК-Б17	Способен оформлять проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)
ПК-20	ИК-Б18	Способен готовить и оформлять аналитические справки, обзоры и прогнозы, а также материалы для экспертных заключений и отчетов

ПК-21	ИК-Б19	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной структуры организации, поддержании корпоративной культуры, обеспечении внутренних коммуникаций разного уровня
ПК-22	ИК-Б20	Способен участвовать в организации внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации
ПК-23	ИК-Б21 Р-И	Способен разрабатывать, готовить к выпуску, производить и распространять рекламную продукцию
ПК-24	ИК-Б22 Р-И	Способен разрабатывать и внедрять комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы и связей с общественностью.
ПК-25	ИК-Б23 Н-И	Способен проводить научные исследования в области коммуникативистики
ПК-26	СЛК-Б1	Способен придерживаться правовых и этических норм в профессиональной деятельности
ПК-27	СЛК-Б2	Способен осознавать и учитывать социокультурные различия в профессиональной деятельности
ПК-28	СЛК-Б3	Способен к социальному взаимодействию, к сотрудничеству и разрешению конфликтов
ПК-29	СЛК-Б4	Способен поддерживать общий уровень физической активности и здоровья для ведения активной социальной и профессиональной деятельности
ПК-30	СЛК-Б5	Способен понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе
ПК-31	СЛК-Б6	Способен социально-ответственно принимать решения в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности
ПК-32	СЛК-Б7	Способен гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять творческий подход, инициативу и настойчивость в достижении целей профессиональной деятельности и личных

По видам деятельности:

ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	КОДЫ профессиональных компетенций
организационно-управленческая	ПК-7;ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11;ПК-15; ПК-17; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-25; ПК-26; ПК-27; ПК-28; ПК-29.
проектная	ПК-4; ПК-5;ПК-9; ПК-12; ПК-14; ПК-15; ПК-17; ПК-19.
коммуникационная	ПК-3; ПК-7;ПК-9; ПК-10; ПК-14; ПК-16; ПК-18.
рекламно-информационная	ПК-3;ПК-9; ПК-10; ПК-12; ПК-14; ПК-17; ПК-23; ПК-24.
научно-исследовательская	ПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-8; ПК-9; ПК-25.
аналитическая	ПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-6; ПК-8; ПК-9; ПК-13; ПК-18; ПК-20; ПК-27.
Общепрофессиональные, для всех видов деятельности	ПК-28-ПК-32

5.2 При разработке программы бакалавриата в набор требуемых результатов освоения программы бакалавриата обязательно включаются все универсальные

компетенции, а также профессиональные компетенции, отнесенные к общепрофессиональным и к тем видам профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная программа бакалавриата.

5.3 При разработке программы бакалавриата НИУ ВШЭ устанавливает требования к результатам обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам с учетом планируемых результатов освоения образовательной программы, указанным в настоящем ОС НИУ ВШЭ.

VI. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

6.1 Требования к структуре основных образовательных программ подготовки бакалавра

Основная образовательная программа подготовки бакалавра с присвоением квалификации «бакалавр» предусматривает изучение следующих блоков (Таблица 1):

Б.О – общий цикл

Б.Пр – профессиональный цикл (Major), в т.ч.:

Б.Пр.Б – базовая часть;

Б.Пр.БП – базовая профильная часть;

Б.Пр.ВП – вариативная профильная часть; обязательные дисциплины специализации/профиля, дисциплины по выбору студентов, в том числе в рамках профиля и/или специализации;

Б.М – дополнительный профиль (Minor);

Б.ПД – проектная и/или исследовательская работа;

Б.Ф – факультативы(дополнительно к образовательной программе);

Б.ГИА – государственная итоговая аттестация.

Базовой частью образовательной программы является совокупность ее элементов, устанавливаемых НИУ ВШЭ в данном образовательном стандарте, вариативной частью образовательной программы является совокупность ее элементов, устанавливаемых разработчиками отдельных программ бакалавриата по данному направлению в рамках ОС НИУ ВШЭ и/или выбираемых студентами указанных программ.

Таблица 1

Код элемента	Элементы ООП и планируемые результаты обучения	Примерные дисциплины	Количество ЗЕ	Формируемые компетенции
Б.О	Общий цикл		17	УК-1УК-3УК-4 УК-5 УК-6 УК -7 УК -9 ПК-8 ПК-27 ПК-29 ПК-30 ПК-32
		Безопасность жизнедеятельности Физическая культура Философия История Психология Экономика		
Б.Пр	Профессиональный цикл (Major)		149	УК-1 –
Б.Пр.Б	Базовая часть	Логика Алгебра	64	УК-10 ПК-3

		Статистика Социология Введение в специальность Основы менеджмента Основы маркетинга Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций Основы теории коммуникаций Управление интегрированными коммуникациями Медиапланирование Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Управление коммуникационными проектами		ПК-4 ПК-5 ПК-6 ПК-7 ПК-8 ПК-9 ПК-10 ПК-11 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16 ПК-17 ПК-18 ПК-19 ПК-21 ПК-22 ПК-23 ПК-24 ПК-26 ПК-28 ПК-31
Б.Пр.БП	Базовая профильная часть		0-67	УК1- УК10 ПК-4 ПК-6 ПК-7 ПК-11 ПК-23
Б.Пр.ВП.	Вариативная профильная часть	Обязательные дисциплины профиля/специализации Дисциплины по выбору студентов, в том числе в рамках профиля/специализации	18-85	
Б.М	Дополнительный профиль (Minor)		20	
Б.ПД	Практики, проектная исследовательская работа	и/или	48	УК1 – УК10 ПК-1 ПК-2 ПК-8 ПК-11 ПК-20 ПК-25
		Научно-исследовательский семинар Проектный семинар и/или проекты Курсовые работы* Практики Подготовка ВКР	Не менее 6 Не менее 4	
Б.Ф	Факультативы	Полный состав определяется ОП В т.ч. Иностранный (английский) язык, Иностранный второй язык	Максимальный объем определяется ОП, 3Е учитываются сверх общего объема ОП	

Б.ГИА	Государственная итоговая аттестация		6	
		Государственный междисциплинарный экзамен по направлению подготовки Защита ВКР	3 3	
	ИТОГО		240	

* Необходимость данного вида учебной деятельности определяется ОП

6.2 В рамках базовой части цикла Б.О при очной форме обучения должна быть реализована дисциплина «Физическая культура». Для очной формы обучения объем указанной дисциплины должен составлять не менее 400 академических часов, из которых не менее 360 академических часов должны составлять практические занятия для обеспечения физической подготовленности обучающихся, в том числе профессионально-прикладного характера. Порядок освоения указанной дисциплины при реализации программ бакалавриата с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (по очной форме обучения) устанавливается НИУ ВШЭ самостоятельно.

Зачетные единицы по итогам освоения дисциплины «Физическая культура» обучающемуся не начисляются.

6.3 В блок Б.ПД «Проектная и научно-исследовательская работа» входят *учебная и производственная* практики.

Учебная практика проводится в целях приобретения студентами навыков профессиональной работы, углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения, в государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях, учреждениях, а так же структурных подразделениях Университета по профилю подготовки студентов.

Производственная практика проводится с целью закрепления и развития профессиональных навыков научной и практической работы, обобщения материалов для подготовки выпускной квалификационной работы.

Проведение учебной и производственной практик может осуществляться следующими способами: в качестве стационарной или выездной практики – по выбору ОП.

При проектировании программ бакалавриата разработчики выбирают формы проведения практик в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована образовательная программа.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности для данных обучающихся.

Входящая в блок Б.ПД *проектная деятельность* предполагает выполнение студентами проектов. Под проектом понимается самостоятельно разработанное и изготовленное изделие (услуга) – от идеи до ее воплощения. Проектная деятельность осуществляется в рамках проектного семинара.

Структура проектного семинара:

- теоретическая часть – изучение основ организации проектов и мероприятий по направлению обучения (предполагается только на первом курсе);
- практическая часть – выполнение проекта.

Предполагается реализация студентами проектов следующих видов:

- По степени участия: индивидуальный; парный; групповой.
- По комплексности: монопроект (в рамках одной области знаний), межпредметный проект.
- По доминирующей деятельности: информационный (сбор и обработка информации по проблеме и представление ее аудитории); практико-

ориентированный; творческий; социальный (нацеленный на решение или привлечение внимания к социальным проблемам).

- По продолжительности выполнения проекта: краткосрочный и долгосрочный.

В процессе освоения программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** студентам предлагается выбрать проект в рамках следующих теоретических и прикладных направлений:

- event-менеджмент;
- создание рекламного продукта;
- управление коммуникационными проектами;
- организация кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;
- создание бренда;
- исследования в области коммуникативистики.

Виды и уровни возможного участия студентов: волонтер, менеджер, организатор, участник.

Площадки реализации проектов: внешние (с привлечением внешних заказчиков); внутренние (на базе студенческого рекламного агентства, созданного в департаменте интегрированных коммуникаций).

В течение всего периода обучения студент должен выполнить не менее 3-х проектов. Количественный состав проектных групп определяется руководителем проекта и может изменяться в зависимости от курса обучения, сложности и значимости проекта

Также в блок Б.ПД входит *подготовка выпускной квалификационной работы (ВКР)*.

6.4 В блок Б.ГИА «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы (ВКР), включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка и сдача междисциплинарного государственного экзамена по направлению подготовки.

6.5 В случае реализации программ бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий проведение практик и государственных аттестационных испытаний с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий не допускается.

6.6 При проектировании и реализации программ бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр» НИУ ВШЭ должен обеспечить обучающимся возможность освоения дисциплин по выбору, в том числе, при необходимости, специализированных адаптационных дисциплин (модулей) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

6.7 Максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю при освоении программ бакалавриата в очной форме обучения составляет 24 академических часа: в указанный объем не входят обязательные занятия по физической культуре; при реализации обучения по индивидуальному плану, в том числе ускоренного обучения, максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю устанавливается НИУ ВШЭ.

6.8 Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа в целом по блоку Б.Пр «Профессиональный цикл (major)» должно составлять не более 50 % от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию этого блока для программ бакалавриата с присвоением квалификации «бакалавр».

6.9 Порядки проектирования и реализации программ бакалавриата определяются НИУ ВШЭ в Положении об основной образовательной программе НИУ ВШЭ с учетом:

- Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;
- Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;
- Положения о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования.

VII. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01. РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

7.1 Требования к кадровым условиям реализации программ бакалавриата

7.1.1 Реализация основных образовательных программ подготовки бакалавров должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и (или) научно-методической деятельностью, владеющими иностранным(и) языком (ами).

7.1.2 Доля преподавателей, имеющих степень PhD, ученую степень кандидата или доктора наук, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной основной образовательной программе, должна быть не менее 40 %.

7.1.3 Доля штатных преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставках) должна составлять не менее 60 % от общего числа преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс в образовательной организации НИУ ВШЭ.

7.1.4 Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставках), имеющих высшее образование и (или) ученую степень, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программам бакалавриата данного направления подготовки, должна составлять не менее 70 %.

7.1.5 Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставках) из числа действующих руководителей и иных работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по программе бакалавриата, должна быть не менее 40 %.

7.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению

7.2.1 Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам и (или) электронным библиотекам, содержащим все издания основной литературы, перечисленные в рабочих программах дисциплин (модулей), практик.

Каждому обучающемуся должен быть обеспечен доступ к комплектам библиотечного фонда или электронным базам периодических изданий, включая не менее 10 наименований отечественных и не менее 5 наименований ведущих зарубежных журналов из следующего перечня:

Российские издания:

- Политическая наука
- Полития. Журнал политической философии и социологии политики
- Право и политика
- Правовая политика и правовая жизнь
- Социальная политика и социология
- Социально-гуманитарные знания
- Социология власти
- Эксперт
- Советник
- Media XXI век (PR -диалог)
- СО – общение

- Маркетинговые исследования
- Маркетинг
- Альманах «Лаборатория рекламы, маркетинга и PR»
- Индустрия рекламы
- Рекламные технологии
- Бренд-менеджмент
- Рекламные идеи. Yes!

Зарубежные издания:

- PR-Week
- PR Newswire
- Journal of Employee Communication Management
- PR & Marketing Network
- Advertising Age
- Adweek.

Для обучающихся должна быть обеспечена возможность оперативного обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями, обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам: «Электронная Россия», Федеральная целевая программа: <http://www.e-rus.ru>; Business Week Online: <http://www.businessweek.com>; Harvard Business Review: <http://hbr.com>; <http://www.advertology.ru>; <http://www.acarussia.ru>; <http://www.sostav.ru>; <http://www.sovetnik.ru>; <http://www.rbc.ru> и др. профессиональным базам данным, справочным и поисковым системам.

В случае, если необходимые издания не включены в электронно-библиотечную систему (электронную библиотеку), библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик на 100 обучающихся.

В случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, размещенные на основе прямых договорных отношений с правообладателями.

7.2.2 Электронно-библиотечная система и (или) электронная библиотека и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет и соответствующие технические условия, как на территории образовательной организации, так и вне ее.

7.2.3 Электронно-библиотечная система и (или) электронная библиотека и электронная информационно-образовательная среда должны обеспечивать одновременный доступ не менее 25% обучающихся по данному направлению подготовки.

7.2.4 По данному направлению подготовки допускается использование литературы со сроком первого издания не более 5 лет до момента начала обучения по дисциплине (модулю), за исключением дисциплин (модулей), направленных на формирование универсальных компетенций.

7.2.5 НИУ ВШЭ должен быть обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей)).

7.2.6 НИУ ВШЭ должен располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки,

практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом данного направления подготовки в НИУ ВШЭ и соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Перечень материально-технического обеспечения, минимально необходимый для реализации программ бакалавриата данного направления подготовки, включает в себя:

- наличие компьютерного класса;
- наличие доступного для студента выхода в Интернет;
- наличие специально оборудованных кабинетов и аудиторий для мультимедийных презентаций.

При использовании электронных изданий НИУ ВШЭ должен обеспечить каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин.

VIII. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

8.1 Ответственность за обеспечение качества подготовки обучающихся при реализации программ бакалавриата, получения обучающимися требуемых результатов освоения программы несет НИУ ВШЭ.

8.2 Внешнее признание качества программ бакалавриата и их соответствия требованиям рынка труда и профессиональных стандартов (при наличии) устанавливается процедурами профессионально-общественной аккредитации образовательных программ.

8.3 Оценка качества освоения программ бакалавриата обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине (модулю) и практике определяются ОП (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья), соответствующая информация доводится до сведения обучающихся в сроки, определенные в локальных нормативных актах НИУ ВШЭ.

В конце 1 курса и 2 курса проводится оценка готовности студентов к освоению профессиональных дисциплин на английском языке на последующих курсах; она имеет статус на 1 курсе - обязательного внутреннего экзамена, на 2 курсе – обязательного экзамена, проводимого внешними независимыми экспертами по методологии признанных международных тестов с определением уровня владения английским языком. В качестве результата экзамена могут быть зачтены международные сертификаты IELTS (International English Language Testing System), BEC (Business English Certificate), TOEFL IBT, Certificate of Advanced English (CAE), Certificate of Proficiency in English (CPE) не ниже уровня не ниже оценки «хорошо» по шкале соответствия оценок в Университете и в международных сертификатах.

Формой промежуточной аттестации обучающихся по подготовке ВКР является защита Proposal ВКР на английском языке.

8.4 НИУ ВШЭ самостоятельно определяет требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, а также требования к государственному экзамену (при наличии) на основе Порядка проведения государственной итоговой аттестации для программ бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, в том числе с учетом особенностей этих процедур для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Разработчики:

Зверев С.А. – заведующий отделением интегрированных коммуникаций

Мординова М.А. - заместитель заведующего отделением интегрированных коммуникаций

Цыганова Л.А. - доцент кафедры интегрированных коммуникаций, заместитель заведующего кафедрой интегрированных коммуникаций

Артюхина З.А. – менеджер отделения интегрированных коммуникаций

Ирба О.С. - методист отдела сопровождения учебного процесса в бакалавриате

Эксперты:

Наумов С. А. – председатель совета директоров ЗАО КРОС

Пескова О.Ю. - вице-президент ЗАО КРОС.

Владес О.А. - генеральный директор Public.ru

Ректор НИУ ВШЭ

Я.И. Кузьминов

Первый проректор НИУ ВШЭ

В.В. Радаев

Проректор НИУ ВШЭ

С.Ю. Рошин

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

ОСНОВНЫЕ ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОГРАММАМ БАКАЛАВРИАТА НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В результате освоения программы бакалавриата по указанному направлению подготовки выпускник должен:

Знать, 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

основные модели и теории коммуникации, для понимания коммуникативного взаимодействия и структуры коммуникативного акта и коммуникативных событий в различных сферах и видах коммуникации.

историю и основные теории менеджмента, основные управленческие функции (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методы их реализации; основы бизнес-процессов

значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации

законодательные и нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность, систему налогообложения;

основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса,

базовые принципы, структуры и основные модели функционирования экономики интегрированных коммуникаций

работу в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в рекламных агентствах, маркетинговом отделе, в коммуникационных агентствах

теорию и практику маркетинга, конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, системы управления качеством товара и сбытом;

результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

Уметь:

ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей и ценностей мировой и российской культуры

заключать, исполнять и прекращать договоры в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью

принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность;

проводить исследования в конкретной предметной области;

рекламировать производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о качестве и отличительных свойствах рекламируемых товаров и услуг;

организовать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролировать их качество, обеспечивать наглядность, доступность и адресность рекламы, соблюдение норм общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной борьбы;

Владеть:

методами реализации основных управленческих функций (планированию,

организации, координации, учету, контролю, принятию решений, лидерству, мотивации, адаптации);

основными подходами, процедурами и методологией управления проектами;

методами реализации проектов, включая владение современными средствами сбора и обработки информации, средствами электронно-вычислительной техники, коммуникаций и связи;

основами организации рекламного дела, средства и носители рекламы, формы и методы разработки и ведения рекламных кампаний.

методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий

Иметь опыт:

работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в рекламных агентствах, маркетинговом отделе, в коммуникационных агентствах, использования методики и техники 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;

организации и проведения рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке;

сбора, обработки и анализа полученных данных;

сбора и систематизации научно-практической информации по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;

написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов;

проведения маркетинговых исследований, изучения рынка сбыта, покупательского спроса и покупательских предпочтений с целью определения оптимального времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц (целевые аудитории), на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы-сегменты по покупательской способности, профессии, возрасту, полу и др.