

УТВЕРЖДЕН  
ученым советом  
Национального исследовательского университета  
«Высшая школа экономики»  
Протокол от 26.12.2014 № 10  
*В редакции 2017 г.<sup>1</sup>*  
*В редакции 2019 г.<sup>2</sup>*

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ СТАНДАРТ  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО АВТОНОМНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ»**

Уровень высшего образования:  
Бакалавриат

Направление подготовки:  
**42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

Квалификация:  
Бакалавр

Москва 2017

---

<sup>1</sup> Редакция проведена в связи с решением ученого совета об изменении шаблонов образовательных стандартов НИУ ВШЭ по направлениям подготовки бакалавриата и магистратуры, протокол от 23.06.2017 № 07.

<sup>2</sup> Редакция проведена на основании решения о внесении технических правок КБ УМС НИУ ВШЭ от 23.11.2018 г. Протокол №63

## 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.

## 1. 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:

***вид профессиональной деятельности*** – совокупность трудовых функций, требующих обязательной профессиональной подготовки, рассматриваемых в контексте определённой сферы их применения, характеризующейся специфическими объектами, условиями, инструментами, характером и результатами труда;

***тип задач профессиональной деятельности*** – условное подразделение задач профессиональной деятельности по характеру действий, выполняемых для достижения заданной цели;

***образовательная программа*** – комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно- педагогических условий и 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;

***высшее 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 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, опыт и личностные качества для успешной деятельности в определенной области;

**зачетная единица** – мера трудоемкости образовательной программы;

**результаты обучения** – усвоенные знания, умения, приобретенный опыт;

**результаты освоения образовательной программы** - 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;

**направленность (профиль) образовательной программы** – ориентация образовательной программы на определенную область (области) и (или) сферу (сферы) профессиональной деятельности, тип(ы) профессиональных задач, и при необходимости – на объекты профессиональной деятельности выпускников или область(области) знания;

**специализация** – в рамках образовательной программы содержательно-организационная направленность подготовки, отражающая специфику определенных области и (или) сферы профессиональной деятельности, типа профессиональных задач и (или) объектов профессиональной деятельности; **до-**

**полнительный профиль (майор, minor)** – учебный цикл в рамках программы бакалавриата НИУ ВШЭ, представляющий для обучающихся возможности освоения дополнительных компетенций, сверх запланированных в основной части программы. Относится к вариативной части образовательной программы и реализуется как выбор обучающимися ряда дисциплин (либо связанных друг с другом содержательно, либо не связанных);

**профессиональный цикл (мэйджор, major)** - учебный цикл в рамках программы бакалавриата НИУ ВШЭ, направленный на формирование профессиональных компетенций, запланированных ОП. Включает в себя обязательную (базовую), в том числе профильную, и вариативную части, в т.ч. дисциплины по выбору обучающихся.

В настоящем стандарте НИУ ВШЭ используются следующие сокращения:

**ВО** – высшее образование;

**з.е.** – зачетная единица;

**(О)ОП** – (основная) образовательная программа;

**ОС НИУ ВШЭ** – образовательный стандарт федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования

«Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;

**ОПК** – общепрофессиональные компетенции;

**ПК** – профессиональные компетенции;

**УК** – универсальные компетенции;

**УЦ ООП** – учебный цикл основной образовательной программы.

## **2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

2.1. Настоящий образовательный стандарт высшего образования НИУ ВШЭ представляет собой совокупность требований, обязательных при реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата по направлению подготовки бакалавра

### **42.03.01. Реклама и связи с общественностью.**

2.2. Не допускается получение образования по программам бакалавриата в форме самообразования.

2.3. Обучение по программам бакалавриата по данному направлению подготовки может осуществляться в очной форме.

2.4. Содержание высшего образования по данному направлению подготовки определяется программами бакалавриата, разрабатываемыми и утвержда-

емыми НИУ ВШЭ на основании данного ОС НИУ ВШЭ.

2.5. При реализации программ бакалавриата данного направления подготовки НИУ ВШЭ может применять электронное обучение, дистанционные образовательные технологии.

2.6. Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

2.7. По данному направлению подготовки допускается реализация программ бакалавриата с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, включая проведение практик и государственных аттестационных испытаний.

2.8. Реализация программ бакалавриата может осуществляться НИУ ВШЭ как самостоятельно, так и в сетевой форме.

2.9. Программы бакалавриата могут реализоваться на государственном языке Российской Федерации, а также на английском языке, в соответствии с решением ученого совета НИУ ВШЭ.

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

2.11. Объем программы составляет 240 з.е., вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренного обучения. Объем одной з.е. составляет 38 академических часов, академический час равен 40 мин.

2.12. Стандартный объем программы бакалавриата при очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е. Студент, осваивающий ежегодно в очной форме стандартный объем программы бакалавриата,

завершает освоение образовательной программы за 4 года.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, не может составлять более 75 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

2.13. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья срок получения образования по индивидуальным учебным планам может быть увеличен не более чем на 1 учебный год.

2.14. Области профессиональной деятельности<sup>3</sup> и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата по данному направлению подготовки, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

в сфере рекламы и связей с общественностью (включает рекламу, новые медиа и связи с общественностью).

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.15. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники могут го-

---

<sup>3</sup> См. Таблица приложения к приказу Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. № 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 19 ноября 2014 г., регистрационный № 34779).

товиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

#### **1.1 организационно-управленческий (ОУД):**

- 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;

#### **проектный (ПД):**

- 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.).

#### **коммуникационный (КмД):**

- 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;

#### **рекламно-информационный (ПТД\_РСО):**

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презента-



ционные 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;

### 1.2 *научно-исследовательский* (НИД):

- проведение научных исследований в сфере коммуникаций, написание и публикация их результатов.

- 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.

### *аналитический* (АД):

- 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.

Конкретные типы задач и задачи профессиональной деятельности, к ре-

шению которых в основном готовится выпускник, определяются НИУ ВШЭ совместно с заинтересованными участниками образовательных отношений и отражаются в концепции программ бакалавриата.

2.16. При разработке программ бакалавриата НИУ ВШЭ может устанавливать направленность (профиль) ОП путем ориентации ее на:

область (области) и (или) сферу (сферы) профессиональной деятельности выпускников;

тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников;

при необходимости - на объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания.

### **3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ**

3.1. В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

#### **1.3 Универсальные (УК)**

Код компетенции по порядку	Формулировка компетенции
УК-1	Способен учиться, приобретать новые знания, умения, в том числе в области, отличной от профессиональной
УК-2	Способен выявлять научную сущность проблем в профессиональной области.
УК-3	Способен решать проблемы в профессиональной деятельности на основе анализа и синтеза
УК-4	Способен оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональной деятельности
УК-5	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	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	Способен работать в команде
УК-8	Способен грамотно строить коммуникацию, исходя из целей и ситуации общения
УК-9	Способен критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность
УК-10	Способен осуществлять производственную или прикладную деятельность в международной среде

#### 1.4 *Общепрофессиональные (ОПК):*

Код компетенции по порядку	Формулировка компетенции
ОПК-1	Способен к планированию, подготовке, проведению и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с поставленными целями и задачами организации на уровне исполнителя или руководителя среднего звена
ОПК-2	Способен создавать медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов
ОПК-3	Способен использовать нормативные и правовые документы в профессиональной деятельности
ОПК-4	Способен к аналитической работе с большими объемами информации и применению принципов обработки больших массивов информации
ОПК-5	Способен осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной деятельностью, деятельностью по связям с общественностью, к проведению мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок
ОПК-6	Способен проводить сравнительный анализ различных инструментов и каналов коммуникации в цифровой среде. Владеет знаниями о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях
ОПК-7	Способен организовать работу по реализации проектов в области рекламы и связей с общественностью, выбирая средства и методы достижения, адекватные поставленным целям проекта

ОПК-8	Способен поддерживать общий уровень физической активности и здоровья для ведения активной социальной профессиональной деятельности
-------	--

### 1.5 *Профессиональные (ПК):*

Код компетенции по порядку	Формулировка компетенции
ПК-1	Способен применять и апробировать в научной деятельности, для проведения маркетинговых и социологических исследований (по видам и областям профессиональной деятельности) исследовательские инструменты (анкеты, опросники, вопросы для интервью и т.п.)
ПК-2	Способен к проектированию, расшифровке и адаптации результатов научных и маркетинговых исследований к задачам профессиональной деятельности
ПК-3	Способен создавать тексты рекламного, информационного, аналитического, исследовательского характера на государственном (русском) и английском языках
ПК-4	Способен к оформлению и представлению результатов деятельности в виде компьютерных презентаций, отчетных материалов, в ходе публичных выступлений
ПК-5	Способен к работе с базами данных для систематизации и хранения рабочей информации, используя правила и приемы обеспечения информационной безопасности
ПК-6	Способен использовать конкретные концепции, модели, методы, способы и инструменты (организация CRM, клиентского сервиса, KPI сервисных подразделений; технологии работы с контентом и пр.), выбирая их адекватно решаемой профессиональной задаче (по видам и областям профессиональной деятельности).
ПК-7	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-8	Способен к проведению анализа конкурентов, целевой аудитории, бренда, к определению основных вводных для последующей разработки медиаплана
ПК-9	Способен осуществлять планирование и бюджетирование проектов, используя подходящие методы и технологии проектного планирования и бюджетирования, программы для составления бюджетов и смет
ПК-10	Способен оформлять проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.); анали-

	тические справки, обзоры и прогнозы, а также материалы для экспертных заключений и отчетов
ПК-11	Способен создавать эффективную коммуникационную структуру организации, поддерживать корпоративную культуру, обеспечивать внутренние коммуникации разного уровня
ПК-12	Способен к эффективной коммуникации в кризисных ситуациях
ПК-13	Способен разрабатывать, готовить к выпуску, производить распространять рекламную продукцию
ПК-14	Способен проводить научные исследования в области науки о коммуникациях
ПК-15	Способен придерживаться правовых и этических норм в профессиональной деятельности
ПК-16	Способен осознавать и учитывать социокультурные различия в коммуникациях
ПК-17	Способен к социальному взаимодействию, к сотрудничеству разрешению конфликтов
ПК-18	Способен адаптироваться к различным профессиональным ситуациям, проявлять творческий подход, инициативу

***По типам профессиональных задач:***

<b>Тип профессиональных задач</b>	<b>Код профессиональной компетенции по порядку</b>
организационно-управленческий	ПК-2; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-10; ПК-15; ПК-17
проектный	ПК-3; ПК-5; ПК-9; ПК-10
коммуникационный	ПК-4; ПК-11; ПК-12; ПК-16; ПК-17; ПК-18
рекламно-информационный	ПК-3; ПК-9; ПК-10; ПК-13; ПК-15
научно-исследовательский	ПК-1; ПК-5; ПК-15; ПК-15; ПК-18
аналитический	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6; ПК-8; ПК-10; ПК-14

Профессиональные компетенции устанавливаются на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (см. Приложение 1 к настоящему ОС НИУ ВШЭ), а также, при необходимости, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам данного направления подготовки на рынке труда, обобщения зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники в рамках направления подготовки, иных источников (далее – иные требования, предъявляемые к выпускникам).

Разработчики ОП могут добавить профессиональные компетенции, отражающие направленность программы бакалавриата, дополнительно к указанным в данном ОС НИУ ВШЭ.

3.2. Совокупность всех универсальных, общепрофессиональных компетенций и профессиональных компетенций, установленных программой бакалавриата, должна обеспечивать выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность не менее чем в одной области и (или) сфере профессиональной деятельности, установленной в соответствии с пунктом 2.14 настоящего ОС НИУ ВШЭ, и (или) решать задачи профессиональной деятельности не менее чем одного типа, установленного в соответствии с пунктом 2.15 настоящего ОС НИУ ВШЭ.

3.3. Разработчики программ бакалавриата самостоятельно планируют результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, основываясь на обобщенных результатах обучения, указанных в Приложении 2 к настоящему ОС НИУ ВШЭ. Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам должна обеспечивать формирование у выпускника всех универсальных и общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных программой бакалавриата.

#### **4. ТРЕБОВАНИЯ К СТРУКТУРЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

4.1. Требования к структуре основных образовательных программ подготовки бакалавра.

Основная образовательная программа подготовки бакалавра предусматривает изучение следующих блоков, циклов и разделов (таблица «Структура ОП»):

**Блок 1. Дисциплины (модули)**, включая циклы и разделы:

*Б.О – общий цикл*

*Б.Пр – профессиональный цикл (Major)*

*Б.Пр.Б – базовая часть*

*Б.Пр.БП – базовая профильная часть*

*Б.Пр.ВП – вариативная профильная часть, вариативная профильная часть; обязательные дисциплины специализации/профиля, дисципли-*

ны по выбору студентов, в том числе в рамках профиля и/или специализации;

*Б.М – дополнительный профиль (Minor)*

*Б.Ф. – факультативы*

**Блок 2. Практика(и), проектная и(или) научно-исследовательская работа**

**Блок 3. Государственная итоговая аттестация**

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

### Структура ОП

Код элемента	Элементы ООП и планируемые результаты обучения	Примерные дисциплины	Количество з.е.	Формируемые компетенции
1	<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>			
Б.О	Общий цикл		17	
		Безопасность жизнедеятельности Физкультура Философия История Психология Экономика		По выбору ОП
Б.Пр	Профессиональный цикл (Major)		145-152	
Б.Пр.Б	Базовая часть	Логика Алгебра Статистика Социология Введение в специальность Основы менеджмента Основы маркетинга Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций Основы теории коммуникаций Управление интегрированными	58-64	По выбору ОП

		коммуникациями Социология массовых коммуникаций Психология массовых коммуникаций Управление коммуникационными проектами		
Б.Пр.БП	Базовая профильная часть	<i>Обязательные дисциплины профиля/специализации</i>	57-78	По выбору ОП
Б.Пр.ВП	Вариативная профильная часть	<i>Дисциплины по выбору студентов, в том числе в рамках профиля/специализации</i>	16-24	По выбору ОП
Б.М	Дополнительный профиль (Minor)		20	
Б.Ф	Факультативы	<i>Полный состав определяется ОП В т.ч. Английский язык</i>	<i>Максимальный объем определяется ОП, з.е. учитываются сверх общего объема ОП</i>	
2	<b>Блок 2. Практика(и), проектная и(или) научно-исследовательская работа</b>		<b>48-55 в т.ч.</b>	
	Проектная деятельность	Проектный семинар и/или проекты	не менее 10	По выбору ОП
	Научно-исследовательская деятельность	НИС Курсовые работы <sup>4</sup> Подготовка ВКР	не менее 4	
	Практики	Учебная и(или) производственная практики	не менее 6	
3	<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>	Защита ВКР	3	По выбору ОП

<sup>4</sup> Необходимость данного вида учебной деятельности определяется ОП.



	<b>ИТОГО</b>	<b>240</b>	
--	--------------	------------	--

*Учебный план образовательной программы может содержать другие названия дисциплин при условии сохранения предметного поля.*

4.3. 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.

Академические часы для освоения дисциплины «Физическая культура» в зачетные единицы не переводятся.

4.4. В блок 3 «Практика(и), проектная и научно-исследовательская работа» входят:

4.4.1. учебная и(или) производственная практики.

Практика (учебная и(или) производственная) может проводиться в государственных, муниципальных, общественных, коммерческих и некоммерческих организациях, предприятиях, учреждениях, а также структурных подразделениях Университета по профилю подготовки студентов. в целях:

- приобретения студентами навыков профессиональной работы;
- углубления и закрепления знаний и компетенций, полученных в процессе теоретического обучения;
- закрепления и развития профессиональных навыков научной и практической работы;
- обобщения материалов для подготовки выпускной квалификационной работы.

В программе бакалавриата могут устанавливаться один или два вида практики:

а) учебная практика: профессионально-ознакомительная практика;

б) производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики - стационарный для учебной практики, выездной и стационарный для производственной практики.

Разработчики программы вправе выбрать один или несколько видов практик, а также установить дополнительный вид (тип) практик и способы их проведения в соответствии с типами задач профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата.

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

4.4.2. научно-исследовательская деятельность бакалавров, которая включает в себя: научно-исследовательский семинар; междисциплинарные курсовые работы.

Одной из основных активных форм освоения профессиональных компетенций, связанных с решением тех типов профессиональных задач, к которым готовится студент, для программы бакалавриата является научно-исследовательский семинар (НИС), входящий в обязательную часть образовательной программы и продолжающийся на регулярной основе, к работе которого привлекаются ведущие исследователи и специалисты-практики. В рамках НИС должны быть предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов;

4.4.3. 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;
- реклама;
- политические коммуникации;
- связи с общественностью;
- маркетинг;

- коммуникации в цифровой среде;
- исследования в области коммуникаций.

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

Проектный семинар - изучение основ организации проектов и мероприятий по направлению обучения (предполагается только на первом курсе).

Площадки реализации проектов: внешние (с привлечением внешних заказчиков); внутренние (на базе студенческого рекламного агентства, созданного в департаменте интегрированных коммуникаций; проекты, предлагаемые внутри Университета). Количественный состав проектных групп определяется руководителем проекта и может изменяться в зависимости от курса обучения, сложности и значимости проекта.

4.4. В Блок «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы (включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты).

4.5. При проектировании и реализации программ мНИУ 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.

## **5. ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММ БАКАЛАВРИАТА**

5.1 Общесистемные требования к реализации программ бакалавриата, а также требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программ бакалавриата устанавливаются в соответствии с требованиями действующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению подготовки.

5.2 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

5.2.1 Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки на добровольной основе.

5.2.2 В целях совершенствования программы бакалавриата НИУ ВШЭ при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может привлекать работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая НПР НИУ ВШЭ.

В рамках внутренней системы оценки качества программы бакалавриата обучающимся должна быть предоставлена возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы отдельных преподавателей.

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 программой бакалавриата (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) и доводятся до сведения обучающихся в сроки, определяемые локальными нормативными актами НИУ ВШЭ.

В конце 1 и 2 курсов проводится оценка готовности студентов к освоению профессиональных дисциплин на английском языке на последующих курсах; она имеет статус на 1 курсе – обязательного внутреннего экзамена, а на 2 курсе - обязательного экзамена, проводимого внешними независимыми экспертами по методологии признанных международных тестов с определением уровня владения английским языком. При сдаче экзамена могут быть зачтены международные сертификаты в соответствии с локальными нор-

мативными актами НИУ ВШЭ<sup>5</sup>.

На выпускном курсе проводится оценка готовности студентов к представлению результатов своей исследовательской и профессиональной деятельности международному сообществу; она имеет статус публичной защиты краткого описания (Project Proposal) своей ВКР на английском языке.

5.2.3 Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться при проведении работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе зарубежными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, общественной и (или) профессионально-общественной аккредитации с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, освоивших программу бакалавриата, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

#### **СПИСОК ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ АКАДЕМИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА И РАБОТОДАТЕЛЕЙ, ПРИНИМАВШИХ УЧАСТИЕ В РАЗРАБОТКЕ ОС НИУ ВШЭ**

Разработчики ОС НИУ ВШЭ:

Зверев С.А. – руководитель департамента интегрированных коммуникаций

Мордвинова М.А. – доцент, заместитель руководителя департамента интегрированных коммуникаций, академический руководитель образовательной программы «Реклама и связи с общественностью»

Ирба О.С. - методист департамента интегрированных коммуникаций

Эксперты, участвовавшие при разработке ОС НИУ ВШЭ:

Наумов С. А. – председатель совета директоров ЗАО КРОС

Пескова О.Ю. – вице-президент ЗАО КРОС

---

<sup>5</sup> Для совместных образовательных программ технология организации внешней оценки освоения иностранного (английского) языка может быть организована иначе.

Перечень профессиональных стандартов, на требования которых ориентирован ОС НИУ ВШЭ по направлению подготовки **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

Наименование профессионального стандарта	Реквизиты профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции
Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	Код - 06.009, рег. номер 112 утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 04.08.2014 № 535н	Организация продвижения продукции СМИ
Специалист по информационным ресурсам	Код - 06.013 рег. номер 847 утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.09.2014 № 629н	Создание и редактирование информационных ресурсов Управление (менеджмент) информационными ресурсами
Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок	рег. номер 148 утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 09.11.2016 № 612н	Управление проектом торгово-промышленной выставки
Специалист по связям с общественностью (РАСО)	Проект	Разработка коммуникационной стратегии Управление проектами
		Реализация
		коммуникационной стратегии Разработка контента

Перечень основных результатов обучения по программам бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

Выпускник программы бакалавриата по направлению подготовки **42.03.01. Реклама и связи с общественностью** должен обладать следующими основными результатами обучения (индикаторами достижения компетенций):

**1. Знать, понимать:**

1.1 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;

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

1.3. 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;

1.4. значение гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации

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

1.6. основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса,

1.7. базовые принципы, структуры и основные модели функционирования экономики интегрированных коммуникаций

1.8. структуру и особенности профессиональной деятельности 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

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

1.10. результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий.

**2. Уметь:**

2.1. ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей и ценностей мировой и российской культуры

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

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

2.4. проводить исследования в конкретной предметной области;

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

2.6. 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;

### **3. Владеть:**

3.1. методами реализации основных управленческих функций (планированию, организации, координации, учету, контролю, принятию решений, лидерству, мотивации, адаптации);

3.2. основными подходами, процедурами и методологией управления проектами;

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

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

### **4. Иметь опыт:**

4.1. работы в сфере профессиональной деятельности (пресс-центр, пресс-служба, отдел печати, СМИ, отдел по связям с общественностью, центр общественных связей, отдел рекламы, рекламное агентство, маркетинговый отдел, коммуникационное агентство)

4.2. 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;

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

4.4. сбора, обработки и анализа полученных данных;

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

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

4.7. 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.