

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

«Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

Принято Ученым советом  
Филологического факультета

от 18 мая 2021 г.  
протокол № 11



Утверждаю  
Проректор по образовательной  
деятельности

Ю.Н. Эбзеева

2021 г.

## Основная профессиональная образовательная программа высшего образования

Направление подготовки (специальность)

42.03.01

Реклама и связи с общественностью

в соответствии с перечнем, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.09.2013г. № 1061.

Программа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН, утвержденным приказом от 21.05.2021г. №371.

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Направленность программы (профиль, специализация): **Реклама и связи с общественностью**

Форма обучения

очная, очно-заочная, заочная

Срок освоения программы

в очной форме - 4 года

в очно-заочной форме – 4 года 6 месяцев

в заочной форме - 4 года 6 месяцев

Сведения об особенностях реализации основной профессиональной образовательной программы: нет

Руководитель программы:

Барабаш В.В.

18.05.2021 г.

Согласовано:

Председатель МССН

Барабаш В.В.

18.05.2021 г.

Согласовано:

Декан факультета

Барабаш В.В.

18.05.2021 г.

2021 г.

## **Общая характеристика ОП ВО**

### **1.1. Цель (миссия) ОП ВО.**

Программа направлена на формирование профессиональных компетенций, которые соответствуют требованиям и учитывают тенденции развития современных PR-агентств. У выпускника формируются как общериторические навыки, так и знания в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде. Студенты изучают широкий круг дисциплин в сфере массовой коммуникации, а также получают необходимые для жизни и работы знания и навыки общегуманитарного характера, навыки межкультурного общения и практической деятельности в образовательных организациях.

Обладая обширными международными связями, уровнем подготовки и квалификации преподавательского состава кафедры предлагает студентам только новейшие методики и технологии профессии. Выпускающей кафедрой является кафедра массовых коммуникаций.

### **1.2. Основные сведения.**

Обучение по программе «Реклама и связи с общественностью» осуществляется на филологическом факультете РУДН по очной, очно-заочной и заочной формам обучения.

Широкая и основательная теоретическая и практическая подготовка позволяет выпускникам работать в смежных профессиональных областях, быстро адаптироваться к потребностям в области сферы массовых коммуникаций.

Помимо штатных преподавателей часть дисциплин читают приглашенные специалисты-практики.

Тип задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» - организационный; авторский; проектный; маркетинговый.

Срок получения образования по программе бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью», включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 4 года по очной и 4 года и 6 месяцев по очно-заочной и заочной формам обучения.

Объем магистерской программы составляет 240 зачетных единиц (з.е.).

Основная образовательная программа по направлению подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также

программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

### **1.3. Особенности реализации ОП ВО.**

Реализация программы ведется с использованием лекционных и семинарских занятий, компьютерных технологий, аудио-визуального оборудования, интернет технологий и телекоммуникационной учебно-информационной системы (ТУИС РУДН).

Программа реализуется на русском языке.

В программу включены учебная и производственные практики. Инфраструктура факультета: лекционные залы, оснащённые мультимедийным оборудованием; компьютерные классы; аудитории для семинарских и практических занятий, оснащённые компьютерами и проекторами; аудитории для изучения иностранного языка, оснащённые телевизорами, магнитофонами, дипломного проектирования; доступ к беспроводной сети Интернет(Wi-Fi); телевизионная студия; радиостудия.

### **1.4. Потребность рынка труда в выпускниках данной ОП ВО.**

Потенциальными работодателями являются представители коммуникационной сферы, а также представители смежной сферы средств массовой информации. Выпускники РУДН востребованы на рынке труда и с легкостью устраиваются в ведущие российские и зарубежные СМИ.

### **1.5. Требования к абитуриенту.**

Прием ведется на очное (бюджетные и контрактные места) и очно-заочное отделения (контрактная основа) по результатам вступительных испытаний. Для поступления на программу абитуриенту необходимо предоставить результаты ЕГЭ по обществознанию, русскому и истории.

### **1.6. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП:**

#### **1.6.1 Область профессиональной деятельности**

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата включает коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

#### **1.6.2. Объект профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации;
- научные и образовательные учреждения и организации;



УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4. Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.

УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

УК-12. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

Выпускник бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должен обладать следующими **общефессиональными компетенциями (ОПК):**

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и

(или) коммуникационных продуктов

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-8. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Выпускник бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи» должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК)**:

ПК-1. Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности 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-2: Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

ПК-3. Способен владеть компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований, способностью организовывать и проводить социологические исследования.

ПК-4: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов.













Политология									
Физическая культура									
Технологии производства в рекламе и связях с общественностью							+		+
Иностранный язык	+								
Русский язык (как иностранный)	+								
<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Основы интегрированных коммуникаций в PR	+	+							
Основы теории коммуникации		+							
Социология массовых коммуникаций							+	+	
Теория и практика массовой коммуникации		+							
Имагология				+					
Media Relations	+			+				+	
Деловой этикет				+					
Производственные процессы в СМИ	+	+							
Интернет технологии в массовых коммуникациях							+		+
Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	+	+							
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		+	+	+					
Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций	+	+							
Интегрированные коммуникации в бизнесе	+	+							
Организация и проведение PR- кампаний				+					
Организация работы пресс-службы				+					
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ				+				+	
New и Social Media			+				+		
Социология рекламы				+				+	
PR в органах государственной власти	+	+	+						
Психология рекламы и PR								+	
Политический PR						+			
PR и международные отношения									
Межкультурная коммуникация						+			

Антикризисное управление				+			+	
Копирайтинг в рекламе и PR	+	+	+					
Психология управления					+			
Отраслевой PR					+			
Политическая реклама					+			
Основы брендинга			+			+		
Основы риторики и коммуникации	+							
Русский язык и культура речи								
Иностранный язык делового общения	+							
Русский язык делового общения								
Часть, формируемая участниками образовательных отношений (элективная компонента)								
Учебные отделения прикладной физической культуры								
История русского искусства								
Техника и технологии СМИ								
Дисциплины междисциплинарного модуля								
Профессиональная этика								
Корпоративная и социальная ответственность в МК								
Семиотика и язык рекламы								
Технологии производства развлекательных программ на ТВ								
Игровые коммуникации в журналистике и PR								
Реклама, PR, имидж								
Внутрикорпоративные/внешние коммуникации								
Digital коммуникации								
Стереотипы в МК								
Английский язык для научных целей								
Government relations								
Лингвистические аспекты информационного права								
Дискуссионные проблемы России 20 в.								

Блок 2	Практика								
	Профессионально-ознакомительная практика	+	+						
	Профессионально-творческая практика					+	+		+
	Преддипломная практика	+				+	+	+	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+	+

		Профессиональные			
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПК-1: Способен принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности 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-2: Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	ПК-3: Способен владеть компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований, способностью организовывать и проводить социологические исследования	ПК-4: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов
Блок 1	Обязательная часть				
	<b>Базовая компонента</b>				
	Введение в специальность				
	Правоведение				
	История				
	Компьютерные технологии и информатика				
	Математика и статистика				
	Основы маркетинга				
	Философия				
	Концепции современного естествознания				
	История рекламы и связей с общественностью				
	Безопасность жизнедеятельности				
	Основы дизайна и композиции				
	Основы менеджмента				
	Основы экономики				
	Политология				
	Физическая культура				
	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью				
	Иностранный язык				
	Русский язык (как иностранный)				
	<b>Вариативная компонента</b>				
	Основы интегрированных коммуникаций в PR	+			
	Основы теории коммуникации				
	Социология массовых коммуникаций			+	
	Теория и практика массовой коммуникации				
	Имагология				
	Media Relations		+		

Деловой этикет				
Производственные процессы в СМИ		+		
Интернет технологии в массовых коммуникациях				
Основы интегрированных коммуникаций в рекламе				
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		+	+	
Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций				
Интегрированные коммуникации в бизнесе	+			
Организация и проведение PR- кампаний			+	
Организация работы пресс-службы	+			
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	+		+	
New и Social Media	+			
Социология рекламы			+	
PR в органах государственной власти	+	+	+	
Психология рекламы и PR		+	+	
Политический PR	+	+		
PR и международные отношения	+			
Межкультурная коммуникация				
Антикризисное управление	+			+
Копирайтинг в рекламе и PR		+		
Психология управления		+		
Отраслевой PR	+	+		+
Политическая реклама	+			
Основы брендинга				
Основы риторики и коммуникации				
Русский язык и культура речи				
Иностранный язык делового общения				
Русский язык делового общения				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений (элективная компонента)				
Учебные отделения прикладной физической культуры				
История русского искусства				
Техника и технологии СМИ				
Дисциплины междисциплинарного модуля				
Профессиональная этика				
Корпоративная и социальная ответственность в МК				
Семиотика и язык рекламы				
Технологии производства развлекательных программ на ТВ				
Игровые коммуникации в журналистике и PR				



	Реклама, PR, имидж	+			
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	+			
	Digital коммуникации	+			
	Стереотипы в МК				
	Английский язык для научных целей				
	Government relations				
	Лингвистические аспекты информационного права				
	Дискуссионные проблемы России 20 в.				
Блок 2	Практика				
	Профессионально-ознакомительная практика				
	Профессионально-творческая практика	+	+		
	Преддипломная практика	+		+	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация				