

Санкт-Петербургский государственный университет

Регистрационный номер  
СВ/42.03.01/1

П Р И Л О Ж Е Н И Е  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

К ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМУ СТАНДАРТУ  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА  
ПО УРОВНЮ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАКАЛАВРИАТ»

## 1. Профили подготовки

- 1.1. Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
- 1.2. Реклама и связи с общественностью в некоммерческой сфере
- 1.3. Реклама и связи с общественностью в политике
- 1.4. Реклама и связи с общественностью в отрасли
- 1.5. Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

## 2. Требования к результатам освоения образовательной программы, предъявляемые в зависимости от особенностей направления подготовки

- 2.1. Профессиональные компетенции, формируемые в результате освоения образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование и (или) описание компетенции</b>
<b>Общепрофессиональные</b>	
ПК-1	способен осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
ПК-2	владеет знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, в коммуникационных агентствах, рекламы и маркетинга
ПК-3	способен под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
ПК-4	способен под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях
ПК-5	осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с требованиями федерального законодательства о государственном языке, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникативного продукта;
ПК-6	обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы и связей с общественностью, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
ПК-7	обладает базовыми навыками бренд-менеджмента
ПК-8	обладает базовыми навыками медиапланирования
ПК-9	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные

	отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, консалтинговыми агентствами и т.д.
ПК-10	способен обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
ПК-11	способен проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий
ПК-12	способен реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности
ПК-13	владеет навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в коммуникационном и PR-агентстве и др.
ПК-14	умеет осуществлять информационные и пропагандистские кампании и мероприятия
ПК-15	умеет использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации
<b>Организационно-управленческая деятельность</b>	
ПК-16	обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга
ПК-17	знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов
ПК-18	способен оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений
ПК-19	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 за рекламной деятельностью и деятельности служб по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность деятельности в сфере связей с общественностью

ПК-20	владеет навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
ПК-21	владеет навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
ПК-22	способен участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного социально-психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников
<b>Проектная деятельность</b>	
ПК-23	способен к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд
ПК-24	владеет навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и др.)
ПК-25	способен реализовать проекты и владеет методами их реализации
<b>Коммуникационная деятельность</b>	
ПК-26	способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры
ПК-27	способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований
<b>Рекламно-информационная деятельность</b>	
ПК-28	способен организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной и имиджевой полиграфической продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
<b>Рыночно - исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность</b>	
ПК-29	обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза

	развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
ПК-30	способен организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации
ПК-31	способен организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных
ПК-32	способен подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа
ПК-33	способен собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы
ПК-34	владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
ПК-35	владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

### 3. Требования к структуре образовательной программы, предъявляемые в зависимости от особенностей направления подготовки

#### 3.1. Соотношение базовой и вариативной частей образовательной программы

Код	Часть блока	Границы трудоёмкости в зачётных единицах	Коды формируемых компетенций
<b>Б.1</b>	<b>Гуманитарный, социальный и экономический блок</b>		
	базовая часть	35	ОКБ-1, ОКБ-3, ОКБ-4, ОКБ-5, ОКБ-9
	вариативная часть	30	ОКБ-1, ОКБ-2, ОКБ-3, ОКБ-4, ОКБ-5, ОКБ-6, ОКБ-7, ОКБ-11, ОКБ-12
<b>Б.2</b>	<b>Математический и естественно-научный блок</b>		
	базовая часть	5	ОКБ-7, ПК-4, ПК-11, ПК-14, ПК-15, ПК-20, ПК-31, ПК-32, ПК-35
	вариативная часть	5	ОКБ-7, ПК-8, ПК-11, ПК-15, ПК-20, ПК-33, ПК-34
<b>Б.3</b>	<b>Профессиональный блок</b>		
	базовая часть	55	ОКБ-1, ОКБ-2, ОКБ-6, ОКБ-7,

			ОКБ-8, ОКБ-10, ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-6, ПК-9, ПК-10, ПК-12, ПК-13, ПК-15, ПК-16, ПК-17, ПК-20, ПК-21, ПК-26, ПК-32, ПК-35
	вариативная часть	65	ОКБ-1, ОКБ-2, ОКБ-6, ОКБ-7, ОКБ-8, ПК-1, ПК-2, ПК-3, 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-18, ПК-19, ПК-20, ПК-21, ПК-22, ПК-23, ПК-24, ПК-25, ПК-26, ПК-27, ПК-28, ПК-29, ПК-30, ПК-31, ПК-32, ПК-33, ПК-34, ПК-35
<b>Б.4</b>	<b>Курсовые работы и практики</b>		
	базовая часть	24	ОКБ-6, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-9, ПК-11, ПК-26, ПК-27, ПК-30, ПК-32, ПК-35
	вариативная часть	6	
<b>Б.5</b>	<b>Государственная итоговая аттестация</b>		
	базовая часть	15	ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-9, ПК-11, ПК-12, ПК-15, ПК-26, ПК-27, ПК-30, ПК-32, ПК-33, ПК-34, ПК-35

#### **4. Требования к условиям реализации образовательной программы, предъявляемые в зависимости от особенностей направления подготовки**

4.1.	Минимальная доля трудоёмкости учебных дисциплин (учебных занятий) по выбору обучающихся	34 % от вариативной части суммарно по циклам Б1, Б2, Б3
4.2.	Минимальная доля трудоёмкости аудиторных занятий, проводимых в интерактивных формах	20 %
4.3.	Максимальная доля трудоёмкости аудиторных занятий лекционного типа	40 %
4.4.	Максимальный объём факультативных дисциплин, не обязательных для изучения обучающимися	10 зачётных единиц
4.5.	Максимальный объём аудиторных учебных занятий в неделю при освоении образовательной программы по очной форме обучения	27
4.6.	Ограничения по объёму аудиторных учебных занятий при освоении образовательной программы по очно-заочной и заочной формам обучения (если имеются)	

4.6.1. нет
4.7. Примерный перечень лабораторных практикумов и практических занятий по учебным дисциплинам (модулям)
<p>4.7.1. творческие и профессиональные практикумы, тренинговые и практические занятия по следующим дисциплинам (модулям):</p> <p>4.7.1.1. русский и иностранный языки,</p> <p>4.7.1.2. «Основы теории коммуникации»,</p> <p>4.7.1.3. творческие студии,</p> <p>4.7.1.4. коммуникационный практикум,</p> <p>4.7.1.5. «Стилистика»,</p> <p>4.7.1.6. «Литературное редактирование»,</p> <p>4.7.1.7. «Реклама в коммуникационном процессе»,</p> <p>4.7.1.8. «Теории и практика связей с общественностью»,</p> <p>4.7.1.9. «Маркетинговые исследования»,</p> <p>4.7.1.10. «Межличностная и деловая коммуникация»,</p> <p>4.7.1.11. «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и СО»,</p> <p>4.7.1.12. «Медиапланирование»,</p> <p>4.7.1.13. «Редактирование в рекламе и СО»,</p> <p>4.7.1.14. «Организация и проведение рекламных и PR-кампаний».</p>
4.8. Требования к аттестации по итогам практики
<p>4.8.1. Учебно-ознакомительная практика предполагает знакомство студентов с организацией работы в различных средствах массовой информации, коммуникационных агентствах, формирует начальные навыки профессиональной деятельности;</p> <p>4.8.2. Производственная практика (работа в рекламных и PR отделах организаций, маркетинговых и рекламных, PR-агентствах) предполагает умение готовить основные профессиональные материалы, использовать требуемые технологии, формирует навыки подготовки аналитических материалов.</p>
4.9. Виды, этапы научно-исследовательской работы в случае организации практики в форме научно-исследовательской работы обучающегося
Не предусмотрены