

РАССМОТРЕНО
на заседании Методического совета
протокол от «23» 09 2016 г.
№ 1

УТВЕРЖДЕНО
на заседании Ученого Совета
протокол от «19» 09 2016 г.
№ 1

Председатель Методического совета СПбГУП
Л.А. Пасешникова
«23» 09 2016 г.



ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Квалификация подготовки - бакалавр

(Для совместной реализации с Московским областным филиалом Санкт-Петербургского Гуманитарного университета профсоюзов «Институт искусств и информационных технологий»)

Санкт-Петербург
2016

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

1.1. Общие сведения

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению подготовки/специальности

1.3. Общая характеристика ОПОП:

1.3.1. Цель ОПОП

1.3.2. Срок освоения ОПОП

1.3.3. Объем и структура ОПОП

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП по направлению подготовки/специальности

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения данной ОПОП

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП по направлению подготовки/специальности

4.1. Календарный учебный график

4.2. Учебный план

4.3. Рабочие программы дисциплин (модулей)

4.4. Программы практик

5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП по направлению подготовки/специальности

5.1. Кадровое обеспечение ОПОП

5.2. Библиотечно-информационное обеспечение ОПОП

5.3. Материально-техническое обеспечение ОПОП

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников по направлению подготовки/специальности

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП по направлению /специальности

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

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общие сведения

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» (профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере») представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (далее – ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и с учетом соответствующей примерной основной профессиональной образовательной программы.

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: календарный учебный график, учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП составляют:

- федеральный закон РФ от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России № 1367 от 19.12.2013 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. № 997;
- устав СПбГУП.

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

1.3.1. Миссия, цели и задачи ОПОП по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

Основная цель ОПОП: формирование у студентов личностных качеств, а также общекультурных (универсальных, общенаучных, социально-личностных, инструментальных и др.), общепрофессиональных и профессиональных компетенций, развитие навыков их реализации в организационно-управленческой, проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, рыночно-исследовательской, прогнозно-аналитической и информационно-технологической деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Ведущие цели ОПОП:

1. Формирование у будущих выпускников общекультурных и профессиональных компетенций, обеспечивающих выполнение ими профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах.

2. Обеспечение стремления выпускников к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства в области профессиональной деятельности связанной с информационно-коммуникативными и рекламными технологиями в коммерческой сфере.

1.3.2. Срок освоения ОПОП

Обучение по образовательной программе осуществляется в очной и заочной формах. Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее - 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.

Срок получения образования по программе бакалавриата в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года. Объем программы бакалавриата в очной форме обучения, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

Сроки освоения ОПОП ВО бакалавриата в заочной форме обучения увеличивается не менее чем на 6 месяцев и не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования по очной форме обучения. Объем программы бакалавриата за один учебный год в очно-заочной или заочной формах обучения не может составлять более 75 з.е.

1.3.3. Объем и структура ОПОП

Структура ОПОП включает базовую и вариативную части.

Программа бакалавриата состоит из следующих блоков:

- Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части;
- Блок 2 «Практики», который в полном объеме относится к базовой части программы;
- Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации – бакалавр.

Трудоемкость освоения ОПОП по учебным циклам и разделам

Структура программы бакалавриата

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	189-195
	Базовая часть	141-159
	Вариативная часть	36-48
Блок 2	Практики	36-45
	Вариативная часть	36-45
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9
	Базовая часть	6-9
Объем программы бакалавриата		240

1.4. Требования к абитуриенту

К освоению программы бакалавриата допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.

- Область профессиональной деятельности бакалавров включает: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

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

- общественное мнение.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

- производственные и сервисные предприятия.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.

Бакалавр по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.

Бакалавр по направлению подготовки **Реклама и связи с общественностью** должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

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

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

проектная:

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

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

коммуникационная:

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

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

рекламно-информационная:

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

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

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

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

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

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

- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью;

- составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

- ***информационно-технологическая деятельность:***

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие

- и презентационные материалы;

- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (техникоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

3. Компетенции выпускника, формируемые в результате освоения данной ОПОП.

Результаты освоения ОПОП определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

В результате освоения данной ОПОП выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями (ОК):

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры
- для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ПК):

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования,
- копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими профессиональными компетенциями, -

организационно-управленческая деятельность:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (техникоэкономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4.1. Календарный учебный график

Календарный учебный график устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, государственной итоговой аттестации и каникул студентов.

4.2. Учебный план

В учебном плане указан перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделен объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (по видам учебных занятий) и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указана форма промежуточной аттестации обучающихся.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части программы, являются обязательными для освоения обучающимися.

Обучающимся обеспечена возможность освоения факультативных (необязательных для изучения при освоении образовательной программы) и элективных (избираемых в обязательном порядке) дисциплин (модулей). Избранные обучающимися элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы, и практики определяют направленность (профиль) ОПОП.

4.3. Рабочие программы дисциплин (модулей)

По каждой дисциплине (модулю) учебного плана разработана рабочая программа, включающая в себя:

- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;
- объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля);
- перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

4.4. Программы практик

В систему практической подготовки бакалавра по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» входят учебная и производственная, в том числе преддипломная практики.

Типы учебной практики: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Типы производственной практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; научно-исследовательская работа.

Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

Программа каждого вида практики включает в себя:

- способ и форму проведения практики;
- перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- указание места практики в структуре образовательной программы;
- указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических часах;
- содержание практики;
- указание форм отчетности по практике;
- фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
- перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики;

- перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости);
- описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

5. Фактическое ресурсное обеспечение опоп бакалавриата по направлению подготовки реклама и связи с общественностью

Ресурсное обеспечение ОПОП в СПбГУП формируется на основе требований к условиям реализации программы бакалавриата, определяемых ФГОС ВО.

5.1. Кадровое обеспечение ОПОП

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 70 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 50 процентов.

Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата, составляет не менее 10 процентов.

5.2. Библиотечно-информационное обеспечение ОПОП

Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся. Фонд дополнительной литературы включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания.

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной по согласованию с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

Обучающиеся имеют возможность использовать современные профессиональные базы данных, информационные справочные и поисковые системы.

5.3. Материально-техническое обеспечение ОПОП

Вуз располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников.

В вузе созданы условия для развития общекультурных компетенций выпускника в рамках внеучебной деятельности, которая реализуется на четырех уровнях.

Первый уровень – общеуниверситетские мероприятия. На данном уровне проводится работа общеуниверситетских досуговых объединений клубного типа. Особое место принадлежит организации встреч студенческой молодежи с выдающимися деятелями науки, культуры, искусства, общественной жизни.

Второй уровень – факультетский. На этом уровне проводятся мероприятия, которые в большей степени ориентированы на вхождение в профессиональную среду и профессиональное сообщество.

Третий уровень – уровень студенческой группы. На этом уровне реализуются воспитательные функции куратора (в форме собраний группы, посещения театров и концертных залов, экскурсий по городу, в музеи и пр.).

Четвертый уровень – индивидуальная личностно-ориентированная воспитательная работа.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися опоп по направлению подготовки реклама и связи с общественностью

В соответствии с ФГОС ВО оценка качества освоения обучающимися основной образовательной программы по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью включает: текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Эти фонды включают в себя:

- контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов;
- тесты и компьютерные тестирующие программы;
- примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п.

Также предусмотрены иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Конкретные формы и процедуры текущего и промежуточного контроля знаний представлены в соответствующих рабочих программах дисциплин (модулей) и программах практик.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП

Государственная итоговая аттестация включает государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы.

Государственный экзамен призван определить уровень усвоения студентом материала, охватывающего содержание основных дисциплин образовательной программы, и оценить уровень практического владения теоретическими знаниями. Перечень дисциплин, содержание которых выносится на итоговый экзамен, а также форма проведения экзамена определяются выпускающей кафедрой и представляются в программе государственного экзамена.

Выполнение выпускной квалификационной работы является одним из основных видов самостоятельной работы студентов на заключительном этапе обучения, а также одним из условий прохождения государственной итоговой аттестации выпускника.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы, а также процедура ее защиты разрабатываются выпускающей кафедрой и представляются в методических указаниях по выполнению и защите выпускных квалификационных работ.

Темы выпускных квалификационных работ обучающихся рассматриваются на заседании выпускающей кафедры и утверждаются приказом ректора СПбГУП.

Основная профессиональная образовательная программа
высшего профессионального образования

Направление подготовки
43.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Профиль подготовки
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»
Квалификация бакалавр

Разработчики:

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью,
доцент

Э.Н. Бердникова

Зам. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью,
доцент

Л.М. Управителева