

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
ИРКУТСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

М.В. Корняков

«23» апреля 2025 г.

Основная образовательная программа
высшего образования

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

очная

Год набора - 2025

Иркутск 2025

Разработано:

Председатель рабочей группы по разработке ООП: Нечаев А.С. директор Института экономики, управления и права, д.э.н., профессор

Руководитель ООП: Другова Е.С., к.и.н., доцент

Образовательная программа одобрена учебно-методической комиссией института экономики, управления и права протокол от «10» 02_2025 г. № 2.

Образовательная программа одобрена ученым советом института экономики, управления и права протокол от «10» 02_2025 г. № 6.

Получено положительное экспертное заключение от представителей работодателей, (экспертное заключение к ООП прилагается).

СОДЕРЖАНИЕ

1	Общая характеристика образовательной программы.....
2	Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП.....
3	Планируемые результаты освоения образовательной программы.....
4	Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.....
5	Приложения.....

1 Общая характеристика образовательной программы

1.1 Основная образовательная программа высшего образования представляет собой систему документов, сформированную в соответствии с требованиями образовательного стандарта Университета, утвержденного приказом ректора от 15 марта 2023 г. № 143-О и разработанного на основе федерального государственного образовательного стандарта (42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»), утвержденного приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N 512 (зарегистрировано в Минюсте России 29 июня 2017 г., регистрационный номер 47220), нормативно-правовыми актами Министерства науки и высшего образования РФ и локальными актами университета.

Направление: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование ООП: «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: очная

Нормативный срок освоения ООП: 4 года

Трудоемкость ООП: 240 зачетных единиц.

Форма государственной итоговой аттестации: защита выпускной квалификационной работы

Подразделение, ответственное за реализацию ООП: кафедра рекламы и журналистики

Руководитель ООП: Другова Е.С., к.и.н., доцент

1.2 Образовательная программа осваивается на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

1.3 Образовательная программа не реализуется с применением сетевой формы обучения.

1.4 Образовательная программа не реализуется **исключительно** с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

2 Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП

2.1 Область профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности.

- 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);

- сфера рекламы и связей с общественностью.

2.2 Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- авторский;
- проектный;
- маркетинговый;
- организационный.

2.3 Образовательная программа разработана с учетом требований профессиональных стандартов

№ п/п	Наименование профессионального стандарта	Приказ Минтруда России	Регистрационный номер Минюста России
-------	--	------------------------	--------------------------------------

		номер	дата	номер	дата
1	06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	№535н	04.08.2014	№33973	04.09.2014
2	06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	№ 420н	19.07.2022	№69714	22.08.2022
3	11.013 «Графический дизайнер»	№40н	17.01.2017	№45442	27.01.2017

2.4 Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы высшего образования - программы бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Подуровень квалификации
1	2	3	4	5	6	7
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
			6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	С	Управление информационным и ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов	С/01.6	6
			6	Организация работ по изменению структуры сайта	С/04.6	6
			6	Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6	6
11.013 «Графический дизайнер»	В	Проектирование объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	6	Подготовка и согласование с заказчиком проектного задания на создание объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	В/01.6	6
				Художественно-техническая разработка объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	В/02.6	6
				Авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации	В/03.6	6

2.5 Задачи и объекты профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
---	--	--------------------------------------	--

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения и средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	авторский	организация процесса работы рекламного агентства, управление процессом создания и продвижения рекламного продукта.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	проектный	анализ готового рекламного проекта, с учетом каналов его распространения, оперативный поиск эффективных каналов коммуникации.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	маркетинговый	поиск эффективных способов продвижения медийного продукта, в концепте взаимодействия с агентствами, руководителями, социальными группами и при помощи различных СМИ.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	организационный	оценка эффективности работы рекламного агентства, отдела рекламы, рекламной группы.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
11 Средства массовой информации и коммуникационные технологии (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).	авторский	организация процесса работы рекламного агентства, управление процессом создания и продвижения рекламного продукта.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	проектный	анализ рекламного готового проекта, с учетом каналов его распространения, оперативный поиск эффективных каналов коммуникации.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	маркетинговый	поиск эффективных способов продвижения медийного продукта, в концепте взаимодействия с агентствами, руководителями, социальными группами и при помощи различных СМИ.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы
	организационный	оценка эффективности работы рекламного агентства, отдела рекламы, рекламной группы.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы

3 Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате освоения основной образовательной программы, у выпускника должны быть сформированы следующие компетенции:

3.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК ОС-1. Способность выполнять поиск, критический анализ и синтез информации и применять системный подход для решения задач в различных сферах деятельности	Выполняет поиск информации в различных источниках, критически анализирует полученные фактические данные, делает обоснованные выводы, проводит аргументированный анализ проблемной ситуации, предлагает решения на основе системного подхода
Разработка и реализация проектов	УК ОС-2. Способность разработать проект на основе оценки требований, ресурсов и ограничений	Планирует и реализует проект с учетом последовательности этапов жизненного цикла проекта, требований к результату и к реализации проекта, имеющихся ресурсов и ограничений, оформляет и представляет результаты проекта, фиксирует опыт, приобретенный при выполнении проекта
Командная работа и лидерство	УК ОС-3. Способность осуществлять работу в команде в соответствии с требованиями ролевой позиции	Устанавливает и поддерживает контакты в команде, используя основные способы и нормы социального взаимодействия и командной работы, обоснованно выбирает свою ролевую позицию в команде, в соответствии со своей ролевой позицией участвует в решении задач, поставленных перед командой
Коммуникация	УК ОС-4. Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и на иностранном языке, используя соответствующие нормы и способы деловой коммуникации	Осуществляет деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и на иностранном языке, используя соответствующие нормы и способы деловой коммуникации
Межкультурное взаимодействие	УК ОС-5. Способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Понимает и адекватно воспринимает межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах, комплексно анализирует причины и последствия культурных различий, знает и учитывает особенности культур при межкультурном взаимодействии
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК ОС-6. Способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Эффективно планирует и контролирует собственное время и организует свою деятельность, ставит цели и задачи и обоснованно определяет их приоритетность, применяет на практике методики и принципы саморазвития и самообразования
	УК ОС-7. Способность поддерживать уровень физической подготовленности, достаточный для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Применяет на практике средства и методы физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, личного физического совершенствования, ведения здорового образа жизни

Безопасность жизнедеятельности	УК ОС-8. Способность 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	Придерживается принципов сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества, учитывает нормы и правила безопасности жизнедеятельности, знает потенциальные опасности и риски и принимает меры по их предупреждению, готов применять методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
Основы правовых знаний	УК ОС-9. Способность применять основы правовых знаний в различных сферах деятельности	Обладает основными правовыми знаниями, применяет их при решении задач в различных сферах социальной и профессиональной деятельности и осознает правовые последствия своих действий либо бездействия
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК ОС-10. Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Обладает экономическими знаниями, ориентируется в экономических процессах для принятия обоснованных решений в различных сферах деятельности
Инклюзивная компетентность	УК ОС-11. Способность использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	Владеет навыками взаимодействия с людьми с ограниченными возможностями здоровья, знает принципы организации инклюзивной среды в социальной и профессиональной сферах
Гражданская позиция	УК ОС-12. Способность формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Имеет представление об основных принципах, направлениях противодействия экстремизму, терроризму, коррупции и мерах их профилактики

3.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория компетенций (группа)	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции
1	2	3
Продукт профессиональной деятельности	ОПК ОС-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	Обоснованно выбирает языковые средства и средства других знаковых систем для создания востребованных медиатекстов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов
Общество и государство	ОПК ОС-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Демонстрирует понимание деятельности общественных и государственных институтов и может представить эти знания в своей профессиональной деятельности (медиатекстам, медиапродуктах и (или) коммуникационных продуктах)
Культура	ОПК ОС-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Показывает знания основных достижений мировой и отечественной культуры и может на них опираться при создании востребованных медиатекстов,

		медиапродуктов и(или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК ОС-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Демонстрирует достаточный уровень знаний о поведении и потребностях общественности, умеет определять аудиторию выбранного СМИ по типологическим признакам
Медиакоммуникационная система	ОПК ОС-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	Показывает знания основных принципов формирования медиаотрасли, умения применять национальную специфику при анализе медиамodelей и владение навыками анализа принципов формирования медиаотрасли
Технологии	ОПК ОС-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Демонстрирует навыки использования в профессиональной деятельности современных средств и информационно-коммуникационных технологий
Эффекты	ОПК ОС-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	Демонстрирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

3.3 Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Не установлены				

3.4 Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
Тип задач профессиональной деятельности - Авторский				
Организация процесса работы рекламного агентства, управление процессом создания и продвижения рекламного продукта.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы	ПКР-1. Способность организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Демонстрирует владение методами организации и руководства предприятием в сфере рекламы и связей с общественностью	ПС 06.009: В/02.6, В/04.6 ПС 06.013: С/04.6

Организация процесса работы рекламного агентства, управление процессом создания и продвижения рекламного продукта.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы	ПКР-2 Способность осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей общественностью и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	Показывает способность создавать медиатексты в определенных жанрах, форматах в зависимости от типа и вида СМИ и работать в рамках отведенного бюджета времени и различных мультимедийных платформах	ПС 06.009: В/02.6 ПС 06.013: С/01.6 ПС 11.013: В/01.6, В/02.6
Тип задач профессиональной деятельности - Проектный				
Анализ готового рекламного проекта, с учетом каналов его распространения, оперативный поиск эффективных каналов коммуникации.	Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы	ПКР-4. Способность осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	Демонстрирует способности осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы	ПС 06.013: С/04.6 ПС 11.013: В/01.6, В/02.6
Тип задач профессиональной деятельности - Маркетинговый				
Поиск эффективных способов продвижения медийного продукта, в концепте взаимодействия с агентствами, руководителями, социальными группами и при помощи различных СМИ.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы	ПКР-5 Способность продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Знает особенности эффективного продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПС 06.009: В/01.6, В/02.6, В/03.6, В/04.6 ПС 06.013: С/05.6
Тип задач профессиональной деятельности - Организационный				
Оценка эффективности работы рекламного агентства, отдела рекламы, рекламной группы.	Социальные сети Официальные сайты организаций Средства массовой информации Медиа студии Рекламные агентства Информационные порталы	ПКР-6 Способность оценивать и регулировать работу в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Способен профессионально оценивать и координировать работу отдела рекламы, маркетингового отдела, рекламного агентства.	ПС 06.009: В/03.6 ПС 11.013: В/03.6

3.5 Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
Не установлены				

3.6 Дополнительные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование дополнительной компетенции	Наименование индикатора достижения дополнительной компетенции
ДК-1 Способность осуществлять деятельность, находящуюся за пределами основной профессиональной сферы	Осваивает деятельность за пределами основной профессиональной сферы и решает профессиональные задачи, связанные с этой деятельностью

4 Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы

Реализация программы бакалавриата «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) от общего количества научно-педагогических работников организации, соответствует требованиям ОС.

Доля педагогических работников, участвующих в реализации программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы *бакалавриата* на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), соответствует требованиям ОС.

Доля педагогических работников и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации), соответствует требованиям ОС.

Доля педагогических работников, участвующих в реализации программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы *бакалавриата* на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являющихся руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющие трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет), соответствует требованиям ОС.