



Автономная некоммерческая организация Высшего Образования
«Институт деловой карьеры»

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в
предпринимательской деятельности»

Квалификация (степень): бакалавр (уровень квалификации - 6)

Форма обучения: очная, заочная

Нормативный срок освоения программы (очная форма): 4 года

Срок освоения настоящей программы:

Очная форма – 4 года

Заочная форма – 4 года 6 месяцев

Учебные планы: 2025 год набора

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ОП ВО

Образовательная программа высшего образования составлена с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденному утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 (далее – ФГОС ВО). «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки уровень бакалавриата») и зарегистрированному в Минюсте России 29.06.2017 № 47220.

Образовательная программа высшего образования:

- **рассмотрена, обсуждена и рекомендована** на заседании выпускающей кафедры менеджмента, рекламы и связей с общественностью протокол №8 от 20 марта 2025 г.

Ответственный исполнитель:

- Бойко Валерий Леонидович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента, рекламы и связей с общественностью.

Разработчики:

- Кафедра общегуманитарных дисциплин и теории и истории государства и права – кандидат педагогических наук, доцент Сметанина Наталья Валерьевна.
- Кафедра менеджмента, рекламы и связей с общественностью – кандидат экономических наук, доцент Бойко Валерий Леонидович.
- Кафедра экономики и финансового права доктор экономических наук, профессор, Лебедев Никита Андреевич.
- Кафедра государственного и муниципального управления и конституционного права – доктор экономических наук, профессор Данилина Елена Ивановна, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления и конституционного права.
- Кафедра гражданского права и процесса – кандидат юридических наук, доцент Шульженко Ирина Сергеевна.
- Кафедра естественнонаучных дисциплин, информационных технологий и экологического права – кандидат физико-математических наук, доцент, Никифоров Виталий Михайлович.

Одобрена на заседании Ученого Совета от 27 марта 2025, протокол №08
Введена приказом ректора от 27 марта 2025

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Понятие основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Образовательная программа высшего образования (далее ОП ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализуемая в Автономной некоммерческой организации высшего образования «Институт деловой карьеры» (далее Институт) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Институтом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее ФГОС ВО) и включает в себя:

- учебные планы по всем формам обучения;
- календарные учебные графики по всем формам обучения;
- рабочие программы дисциплин (модулей);
- программы практик;
- оценочные средства;
- методические и другие материалы, обеспечивающие реализацию ОП ВО.

1.2 Цели и задачи ОПОП ВО

Цели ОП ВО «Реклама и связи с общественностью» определяются требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, и концепцией настоящей ОП ВО.

Задачей реализации ОП ВО «Реклама и связи с общественностью» является формирование у выпускников гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, углубленной профессиональной подготовки. Освоение ОП ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью позволяет выпускникам успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

Освоение ОП ВО «Реклама и связи с общественностью» позволяет выпускникам успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

В области воспитания задачей реализации ОП ВО «Реклама и связи с общественностью» является формирование у выпускников социально-личностных качеств: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникативности, толерантности и повышение их общей культуры.

1.3 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО

Нормативную правовую базу разработки настоящей ОПОП ВО составляют:

Федеральные законы, федеральные и государственные программы:

- Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;
- Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования», утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2017 г. № 1642 (с изменениями и дополнениями);
- Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011-2030 годы, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 29.03.2019 г. № 363 (с изменениями и дополнениями).

Нормативно-методические документы Министерства образования и науки Российской Федерации в части, касающейся разработки ОПОП ВО.

Прочие документы Министерства образования и науки Российской Федерации.

Локальные нормативные акты института, регламентирующие образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования (бакалавриата, магистратуры), одобренные решением Ученого совета, по согласованию Студенческим советом и Советом родителей.

Иные локальные нормативные и распорядительные документы в АНО ВО «ИДК».

1.4 Перечень используемых сокращений:

ВО – высшее образование.

з.е. – зачетная единица.

ОП (ОПОП) ВО – образовательная программа (основная профессиональная образовательная программа) высшего образования.

ОТФ – обобщенная трудовая функция.

ОПК – общепрофессиональные компетенции.

Институт – организация, осуществляющая образовательную деятельность по программе бакалавриата по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

ПК – профессиональные компетенции.

УК – универсальные компетенции.

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Форма обучения и язык реализации ОПОП ВО

Образовательный процесс по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

ОПОП ВО реализуется в очной и заочной формах обучения.

2.2 Срок получения образования по ОПОП ВО

Срок получения образования по программе бакалавриата (вне зависимости от применяемых образовательных технологий):

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года;

в заочной форме, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года 6 месяцев.

2.3 Общий объем ОПОП ВО. Объем ОПОП ВО, реализуемый за 1 год.

Объем ОПОП ВО составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от формы обучения, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет до 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

2.4 Перечень форм аттестации, предусмотренных ОПОП ВО

ОПОП ВО предусматривает текущую, промежуточную и государственную итоговую

аттестацию обучающихся.

Текущая аттестация обучающихся осуществляется в форме эссе, рефератов, решения задач, диспутов, докладов, презентаций, деловых игр и т.д. Конкретные формы текущей аттестации по каждой дисциплине (модулю), а также критерии оценивания отражены в рабочих программах дисциплин (модулей).

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме зачета, зачета с оценкой, экзамена, оценки за выполнение курсовой работы (проекта). Примерные вопросы, задания и критерии оценивания отражены в оценочных материалах.

Государственная итоговая аттестация включает в себя подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

2.5 Квалификация, присваиваемая выпускникам

По завершению освоения ОПОП ВО выпускнику присваивается квалификация, указанная в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования – бакалавр.

3 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Область профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники 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);
сфера рекламы и связей с общественностью.

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

3.2 Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом

При разработке данной ОП учтены требования профессионального стандарта стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный номер №33973).

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов	В/04.6	6

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
			продвижения продукции СМИ		

Примерные должности: специалист по маркетингу, менеджер по маркетингу, менеджер по рекламе, выпускающий арт-директор, копирайтер, продюсер, менеджер медиа издания, специалист по медиапланированию.

3.3 Перечень основных задач профессиональной деятельности и объектов профессиональной деятельности

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- редакторский;
- маркетинговый;
- организационный;

Тип задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности
Редакторский	<ul style="list-style-type: none"> – формулирование заданий для дизайнеров, веб-редактора, корректоров с указанием сроков их выполнения, распределение и передача авторских материалов редакторам отделов, прием отредактированных текстов, передача информационных материалов; – оформление подписки на материалы информационных агентств, принятие решений о целесообразности приобретения авторских художественно-графических оригиналов; – выполнение профессионально-творческих обязанностей по созданию медиаконтента во всех форматах и жанрах. 	информационное агентство, сетевое издание, телевизионный канал, радиостанция, редакция интернет-издания, редакция газеты, редакция журнала, пресс-служба, PR-агентство, государственные и муниципальные органы управления, средние специальные и высшие учебные заведения, осуществляющие профессиональную подготовку специалистов в области журналистики, PR и медиакommunikаций.
Организационный	<ul style="list-style-type: none"> – подготовка предложений главному редактору/руководителю организации по реализации кадровой политики в организации; – применение санкций в отношении сотрудников, нарушающих устав организации и другие внутренние нормативные акты; – контроль соблюдения сроков выполнения всех запланированных работ в процессе медиапроизводства, принятие оперативных решений при возникновении угрозы нарушения плана медиапроизводства; – подготовка документов для расчетов 	информационное агентство, сетевое издание, телевизионный канал, радиостанция, редакция интернет-издания, редакция газеты, редакция журнала, пресс-служба, PR-агентство, государственные и муниципальные органы управления, средние специальные и высшие учебные заведения, осуществляющие профессиональную подготовку специалистов в

Тип задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности
	за выполненные работы, а также с лицами, привлекаемых для производства медиапродукта; – разработка перспективное планирования медиапроекта.	области журналистики, PR и медиакоммуникаций.
Маркетинговый	– разработка концепции продвижения продукции СМИ; – выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации; – разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ; – разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ; – согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; – формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ; – представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации.	информационное агентство, сетевое издание, телевизионный канал, радиостанция, редакция интернет-издания, редакция газеты, редакция журнала, пресс-служба, PR-агентство, государственные и муниципальные органы управления, средние специальные и высшие учебные заведения, осуществляющие профессиональную подготовку специалистов в области журналистики, PR и медиакоммуникаций.

3.3 Направленность (профиль) основной образовательной программы

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательского и материально-технического ресурса Института подготовка бакалавров осуществляется по профилю: «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности».

4. СТРУКТУРА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Структура программы		Объем в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	204
	Обязательная часть	114
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	90
Блок 2	Практика	27
	Обязательная часть	21
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	6
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем ОПОП ВО		240

Структура программы		Объем в з.е.
ФТД	Факультативы	2

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации составляет 56,2 % общего объема ОПОП ВО.

5 ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1 Образовательная деятельность при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, организуется в том числе в форме практической подготовке обучающихся.

5.2 Практическая подготовка обучающихся включает в себя выполнение обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

5.3 Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

5.4 Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

5.5 Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

6 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация ОП ВО по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности» включает в себя подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

При успешном прохождении государственной итоговой аттестации выпускникам присваивается квалификация бакалавр и выдается документ о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Министерством науки и высшего образования РФ.

Примерные темы выпускных квалификационных работ

1. Event-мероприятия как инструмент PR-деятельности.
2. EVP как инструмент формирования HR-бренда в финансовой сфере.
3. PR-служба в коммерческой фирме: структура, особенности.
4. PR-технологии при формировании корпоративного имиджа компании (на примере конкретного субъекта).
5. QR-коды как инструмент диджитал-маркетинга в контексте промоакций.
6. Анализ особенностей коммуникаций в стратегии устойчивого развития компаний FMCG (на примере конкретного субъекта).
7. Анализ рекламной и PR-деятельности компании (на примере конкретного субъекта).
8. Анализ современной практики работы со СМИ в коммерческой организации (на примере конкретного субъекта).
9. Аудиореклама как инструмент продвижения бренда в интернете.
10. Блогеры как инструмент продвижения бренда в социальной сети Instagram.

11. Влияние изменений рыночной среды на рекламную и PR-деятельность компании (на примере конкретного субъекта).
12. Влияние рекламных коммуникаций на поведение потребителей в условиях экономического кризиса (на примере конкретного субъекта).
13. Востребованность услуги формирования внешнего имиджа в среднем и малом бизнесе.
14. Имидж организации в социальных сетях как эффективный инструмент формирования открытого информационного пространства (на примере конкретного субъекта).
15. Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций в предпринимательской деятельности (на примере конкретного субъекта).
16. Интеграция ATL- и BTL- коммуникаций предприятия (на примере конкретного субъекта).
17. Информационное обеспечение субъектов предпринимательской деятельности в сфере строительного комплекса РФ (на примере конкретного субъекта).
18. Использование PR-технологий в малом бизнесе (на примере конкретного субъекта).
19. Исследование стереотипов восприятия компании в различных целевых аудиториях.
20. Методы и формы организации работы отдела рекламы и связей с общественностью в различных областях.
21. Механизмы репутационного менеджмента организации (на примере конкретного субъекта).
22. Модульные PR-технологии информационно-коммуникационного сопровождения коммерческой организации в секторе малого бизнеса (на примере конкретного субъекта).
23. Организация PR-кампаний в предпринимательской деятельности (на примере конкретного субъекта).
24. Организация PR-мероприятий по продвижению интенсивного бизнес-образования (на примере конкретного субъекта).
25. Организация PR-подразделений в сфере частного бизнеса (на примере конкретного субъекта).
26. Организация взаимодействий различных сфер бизнеса со СМИ (на примере конкретного субъекта).
27. Организация и анализ форм рекламной деятельности предприятия посредством видеоблогинга в Интернет на примере YouTube (на примере конкретного субъекта)
28. Организация и проведение PR-кампаний по продвижению имиджа.
29. Организация и проведение выставок в деятельности компании (на примере конкретного субъекта).
30. Организация рекламно-информационной деятельности в бизнесе (на примере конкретного субъекта).
31. Организация специальных событий в сфере бизнеса.
32. Особенности PR-кампаний в современных условиях.
33. Особенности организации деятельности PR-агентств (на примере конкретного субъекта).
34. Особенности осуществления информационной политики в предпринимательской деятельности (на примере конкретного субъекта).
35. Оценка коммуникативной эффективности интегрированных маркетинговых коммуникаций (на примере конкретного субъекта)
36. Повышение эффективности коммуникационных программ с помощью digital коммуникаций.
37. Повышение эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью в условиях экономического спада (на примере конкретного субъекта)
38. Построение имиджа отечественного производителя на международном уровне (на примере конкретного субъекта).
39. Построение коммуникации с потребителем посредством социальных медиа (на примере конкретного субъекта).
40. Потребность в PR-услугах общественных организаций (в социальной сфере, в среднем и малом бизнесе и др.).
41. Продвижение бренда компании «X» методами PR.
42. Продвижение общественно значимого проекта в социальных сетях (на примере конкретного регионального проекта).
43. Разработка BTL-кампаний организаций различных отраслей и сфер деятельности (на примере конкретного субъекта).
44. Разработка интегрированной стратегии продвижения и реализация рекламной кампании с

- использованием принципов ИМК (на примере конкретного субъекта)
45. Разработка плана PR-мероприятий по повышению имиджа (на примере конкретного субъекта).
 46. Разработка программы лояльности для клиентов компании B2B-рынка (на примере конкретного субъекта).
 47. Разработка программы повышения эффективности деятельности компании в сфере медиарилейшнз (на примере конкретного субъекта).
 48. Разработка программы повышения эффективности коммуникационной активности производственного предприятия (рынок B2B) (на примере конкретного субъекта).
 49. Разработка рекламной кампании при выводе товара/услуги на рынок B2B (на примере конкретного субъекта).
 50. Разработка рекламной кампании с использованием Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта).
 51. Разработка стратегии рекламной деятельности организации с использованием современных технологий продвижения в социальных медиа (на примере конкретного субъекта).
 52. Разработка стратегии рекламной деятельности предприятия с использованием новых медиа (на примере конкретного субъекта).
 53. Связи с общественностью в коммуникационной политике российских компаний.
 54. Совершенствование рекламной деятельности предприятия при использовании Интернет-технологий (на примере конкретного субъекта).
 55. Совершенствование сайта как коммуникационного ресурса компании в сети Интернет (на примере конкретного субъекта).
 56. Социальные медиа как механизм построения коммуникации в современном обществе (на примере конкретного субъекта).
 57. Специфика осуществления PR-деятельности в различных сферах деятельности (например, в страховом бизнесе, фармацевтической промышленности, строительстве и др.).
 58. Управление информационно-коммуникационной деятельностью коммерческой организации.
 59. Управление эффективностью рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли (на примере конкретного субъекта).
 60. Формирование корпоративного имиджа бренда средствами рекламы и PR (на примере конкретного субъекта).
 61. Формирование рекламных стратегий в условиях новых коммуникативных практик (на примере конкретного субъекта).
 62. Формирование репутации компании на основе PR-коммуникации (на примере конкретного субъекта)
 63. Формирование устойчивого позитивного общественного мнения и имиджа организации (на примере конкретного субъекта).

Программа государственной итоговой аттестации

Программа государственной итоговой аттестации по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности» обеспечивает качество подготовки обучающихся и разрабатывается выпускающей кафедрой.

Программа государственной итоговой аттестации является неотъемлемой частью ОП ВО и прилагается к настоящей пояснительной записке и размещается в информационно-образовательной среде и сайте АНО ВО «ИДК» (Сведения об образовательной организации (Образование): <http://www.ideka.ru/>).

7. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОПОП ВО у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

7.1 Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения образовательной программы приведен в таблице 1.

Таблица 1

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	Разработка и реализация проектов	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
	Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
	Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	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
	Безопасность жизнедеятельности	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
	Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
Общепрофессиональные	Продукт профессиональной деятельности	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
	Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
	Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
	Медиакоммуникационная система	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
	Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
	Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Профессиональные		ПК-1 Способен к разработке контента для использования в рекламных кампаниях и кампаниях по связям с общественностью
		ПК-2 Способен к управлению информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями
		ПК-3 Способен к организации продвижения продукции компании, в том числе средств массовой информации
		ПК-4 Способен к организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
		ПК-5 Способен к участию в проведении исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-6 Способность использовать знание

Группа компетенций	Категория компетенций	Коды и содержание компетенций
		основных методов искусственного интеллекта в последующей профессиональной деятельности
		ПК-7 Способен выявить естественнонаучную сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем

7.2 Индикаторы достижения компетенций, формируемые в процессе освоения образовательной программы

Индикаторы достижения компетенций, формируемые в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 2.

Таблица 2

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
УК-1	УК-1.1	Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи
	УК-1.2	Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает обнаруженную информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача
	УК-1.3	Выявляет системные связи и отношения между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы
УК-2	УК-2.1	Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм
	УК-2.2	Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач
	УК-2.3	Учитывает при решении поставленных задач трудовые и материальные ресурсы, ограничения проекта - сроки, стоимость, содержание
	УК-2.4	Реализует внутренние и внешние взаимодействия, предупреждает и разрешает конфликты
	УК-2.5	Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
УК-3	УК-3.1	Выстраивает социальный диалог с учетом основных закономерностей межперсонального взаимодействия
	УК-3.2	Предвидит и умеет предупредить конфликты в процессе социального взаимодействия
	УК-3.3	Владеет техниками установления межличностных и профессиональных контактов, развития профессионального общения, в том числе в интернациональных командах
	УК-3.4	Понимает основные принципы распределения и разграничения ролей в команде
	УК-3.5	Проявляет готовность к исполнению различных ролей в команде для достижения максимальной эффективности команды

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
УК-4	УК-4.1	Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить устную и письменную речь
	УК-4.2	Грамотно строит коммуникацию, исходя из целей и ситуации; использует коммуникативно приемлемые стиль общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами
	УК-4.3	Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном(-ых) языках
	УК-4.4	Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском и иностранном(-ых) языке(-ах)
	УК-4.5	Демонстрирует умение выполнять перевод текстов иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный(-ые) язык(-и)
УК-5	УК-5.1	Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям
	УК-5.2	Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп
	УК-5.3	Проявляет в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира
	УК-5.4	Использует философские знания для формирования мировоззренческой позиции, предполагающей принятие нравственных обязательств по отношению к природе, обществу, другим людям и к самому себе
	УК-5.5	Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера
УК-6	УК-6.1	Оценивает личностные ресурсы по достижению целей управления своим временем для успешного выполнения порученной работы и саморазвития
	УК-6.2	Критически оценивает эффективность использования времени при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата
	УК-6.3	Планирует саморазвитие и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков, на основе представлений о непрерывности образования в течение всей жизни
	УК-6.4	Использует различные технологии самосовершенствования и саморазвития, приемы достижения личной эффективности

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
УК-7	УК-7.1	Анализирует и критически осмысляет влияние образа жизни на показатели здоровья и физическую подготовленность человека, в том числе собственных
	УК-7.2	Свободно ориентируется в нормах здорового образа жизни, здоровьесберегающих технологиях, методах и средствах поддержания уровня физической подготовленности
	УК-7.3	Адекватно выбирает методы и средства физической культуры и спорта для поддержания собственного уровня физической подготовленности, восстановления работоспособности в условиях повышенного нервного напряжения, для коррекции собственного здоровья
	УК-7.4	Имеет представление о рациональных способах и приемах профилактики профессиональных заболеваний, психофизического и нервноэмоционального утомления на рабочем месте
УК-8	УК-8.1	Соблюдает основные требования информационной безопасности
	УК-8.2	Свободно ориентируется в выборе правил поведения при возникновении чрезвычайной ситуации природного, техногенного или социального происхождения
	УК-8.3	Способен оказать первую помощь пострадавшему, в том числе первую медицинскую помощь при ранениях и травмах
	УК-8.4	Демонстрирует знания в области техники безопасности труда
	УК-8.5	Выполняет поставленные задачи в условиях РХБ заражения
	УК-8.6	Пользуется топографическими картами
	УК-8.7	Имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью
УК-9	УК-9.1	Ориентируется в экономических и финансовых новостях
	УК-9.2	Способен провести финансовый анализ, имеет представление о финансовых продуктах
	УК-9.3	Управляет личными финансами, знает основы планирования личного бюджета
УК-10	УК-10.1	Понимает сущность проявлений экстремизма, терроризма и коррупции и умеет их квалифицировать
	УК-10.2	Понимает необходимость осуществления профессиональной деятельности, основанной на принципах, направленных на элиминацию экстремистских, террористических и коррупционных проявлений
	УК-10.3	Проводит мониторинг и анализ мероприятий по противодействию экстремизму, терроризму и коррупции в рамках отдельных организаций, вырабатывает предложения по их совершенствованию
ОПК-1	ОПК-1.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-1.2	Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
		нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2	ОПК-2.1	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3	ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-5	ОПК-5.1	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	ОПК-6.1	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
	ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	ОПК-7.1	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1	ПК-1.1	Планирует мероприятия по продвижению продукции и планирует расходы на их проведение
	ПК-1.2	Разрабатывает концептуальные и стратегические

Код компетенции	Код индикатора компетенции	Содержание индикатора компетенции
		документы в области маркетинга
	ПК-1.3	Разрабатывает контент для использования в рекламных кампаниях и кампаниях по связям с общественностью
ПК-2	ПК-2.1	Определяет информационные потребности СМИ и управляет информационными ресурсами и цифровыми коммуникациями
	ПК-2.2	Управляет информационными ресурсами, цифровыми коммуникациями
ПК-3	ПК-3.1	Формулирует достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции компании, в том числе СМИ
	ПК-3.2	Организует продвижение продукции компании, в том числе СМИ
	ПК-3.3	Применяет количественные и качественные методы анализа оценки эффективности результатов продвижения компании в том числе продукции СМИ
ПК-4	ПК-4.1	Оценивает эффективность готовых медиапланов организации и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
	ПК-4.2	Разрабатывает рекламные кампании различных марок (брендов), фирм, товаров и услуг
	ПК-4.3	Проводит рекламные кампании и кампании по СО в различных сферах
ПК-5	ПК-5.1	Осуществляет сбор, обработку, анализ и наглядное представление информации по исследованиям в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-5.2	Использует современные информационно-коммуникационные технологии для проведения исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
	ПК-5.3	Определяет существенные характеристики целевой аудитории потребителей продукции СМИ
ПК-6	ПК-6.1	Обладает знаниями основных методов искусственного интеллекта
	ПК-6.2	Демонстрирует умение организовывать внедрение искусственного интеллекта в соответствующую сферу профессиональной деятельности
	ПК-6.3	Применяет методы искусственного интеллекта в соответствующей сфере профессиональной деятельности
ПК-7	ПК-7.1	Обладает знаниями в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем
	ПК-7.2	Демонстрирует умение анализировать и систематизировать результаты исследований по выявлению проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем
	ПК-7.3	Применяет на практике способность устранения проблем и совершенствования работы в области моделирования и анализа сложных естественных и искусственных систем

В результате освоения ОП ВО выпускники должны усвоить:

- **обобщенную трудовую функцию** – Организация продвижения продукции СМИ
- **трудовые функции:**

1. Организация маркетинговых исследований в области СМИ
2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
3. Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
4. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

8 ТРЕБОВАНИЯ К УСЛОВИЯМ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ (ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ)

8.1 Общесистемные требования

АНО ВО ИДК располагает помещениями и оборудованием для реализации ОПОП ВО по Блоку 1 «Дисциплины (модули) и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Реализация настоящей ОПОП ВО осуществляется по следующим адресам:

- 109029, город Москва, улица Нижегородская, дом 32, строение 5.
- 109029, город Москва, улица Нижегородская, дом 32, строение А, помещение 1/3.
- 109029, город Москва, улица Нижегородская, дом 32, строение Б, помещение 1/5.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде АНО ВО ИДК как на территории организации, так и вне её.

Электронная информационно-образовательная среда Института обеспечивает доступ к:

- учебным планам;
- рабочим программам дисциплин (модулей) (РПД);
- рабочим программам практик (РПП);
- электронным образовательным ресурсам, указанным в РПД и РПП.

Электронная информационно-образовательная среда Института обеспечивает формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечено соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий. Работники, её поддерживающие имеют соответствующее образование и постоянно повышают свою квалификацию, работники, её использующие проходят повышение квалификации в области использования информационно-коммуникационных технологий не реже одного раза за период реализации программы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды АНО ВО ИДК соответствует законодательству Российской Федерации.

8.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей ОПОП ВО, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей). Перечень аудиторий расположен на официальном сайте Института в информационно-коммуникационной сети «Интернет» <http://www.ideka.ru/>

Институт располагает и обеспечивает оснащённость учебного процесса в части учебных помещений (аудиторий) необходимых для реализации образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности»:

- в части теоретического обучения:
учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа (оборудованные в большинстве видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и, имеющие выход в Интернет), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования; библиотеку, имеющую рабочие места для обучающихся (для самостоятельной работы).

Для проведения занятий лекционного типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. Обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей), прежде всего, презентационный учебный материал.

Информация по материально-техническому обеспечению образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в предпринимательской деятельности» прилагается к образовательной программе и размещается в информационно-образовательной среде и сайте АНО ВО «ИДК» (Сведения об образовательной организации (Образование) <http://www.ideka.ru/>).

- в части практического обучения – ведения занятий семинарского типа и самостоятельной работы, а именно:

учебные аудитории для проведения семинаров, лабораторных работ, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;

помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного и лабораторного оборудования;

библиотеку, имеющую рабочие места в выходом в Интернет и ЭИОС для обучающихся (для самостоятельной работы);

компьютерные классы, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет. Аудитории, оборудованные WI-FI.

Для проведения занятий практического типа имеются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий. Обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей), прежде всего, презентационный учебный материал.

Для проведения занятий лабораторного и практического типа имеются специализированные кабинеты (лаборатории):

Лингафонный кабинет.

Лаборатория «Безопасность жизнедеятельности».

Компьютерный класс.

Учебные аудитории соответствуют санитарно-гигиеническим требованиям.

Занятия по физической культуре и спорту проводятся в помещениях Института.

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

АНО ВО ИДК обеспечено необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Состав программного обеспечения определен в рабочих программах дисциплин (модулей). По мере необходимости он обновляется.

Всем обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей). По мере необходимости он обновляется.

8.3 Требования к кадровым условиям

Реализация ОПОП ВО обеспечивается:

– педагогическими работниками АНО ВО ИДК;

– лицами, привлекаемыми к реализации ОПОП ВО на иных условиях.

Квалификация педагогических работников АНО ВО ИДК соответствует квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах.

Не менее 70% численности педагогических работников АНО ВО ИДК, участвующих в реализации ОПОП ВО, и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных к целочисленным значениям) ведут научную,

учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5% численности педагогических работников АНО ВО ИДК, участвующих в реализации ОПОП ВО, и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций. Привлекаемые лица осуществляют трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники. При этом данные лица имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет.

Не менее 60% численности педагогических работников АНО ВО ИДК и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Института (исходя из количества замещаемых ставок, приведенных к целочисленным значениям) имеют и (или):

- ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации);
- ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

8.4 Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата.

Финансовое обеспечение реализации ОП ВО осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

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

Качество образовательной деятельности и подготовка обучающихся по настоящей ОПОП ВО обеспечивается процедурами системы внутренней оценки качества, а также системы внешней оценки качества с привлечением представителей работодателей; мониторинга, рецензирования образовательных программ (для программ магистратуры); разработки объективных процедур оценки уровня сформированности компетенций у обучающихся.

В системе внешней оценки Институт принимает участие на добровольной основе.

Регулярная внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся проводится по следующим направлениям:

- привлечение работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Института к совершенствованию настоящей ОПОП ВО;
- предоставление обучающимся возможность оценивать условия, содержание, организацию и качество отдельных дисциплин (модулей);
- предоставление обучающимся возможность оценивать условия, содержание, организацию и качество отдельных практик;
- предоставление обучающимся возможность оценивать условия, содержание, организацию и качество образовательного процесса в целом;
- предоставление педагогическим и научным работникам возможность оценивать условия и организацию образовательной деятельности в рамках реализации образовательной программы высшего образования.

АНО ВО «Институт деловой карьеры» проводит самообследование по согласованным критериям для оценки деятельности и сопоставления с другими образовательными организациями высшего образования, информирования общественности о результатах своей деятельности, планах дальнейшего развития, инновациях.

В целях совершенствования программ магистратуры АНО ВО «ИДК» регулярно проводит внутреннюю оценку качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся с привлечением работодателей.

Представители работодателей участвуют в разработке учебных планов, рабочих программ дисциплин, рабочих программ практик, программы государственной итоговой аттестации, фондов оценочных средств, проводят экспертизу образовательных программ, составляют рецензии.

Оценка качества освоения основной профессиональной образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников. Для аттестации обучающихся в рамках текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации, государственной итоговой аттестации создаются фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты, другие оценочные средства и методы контроля, позволяющие оценить знания, умения, навыки и готовность решать профессиональные задачи в рамках приобретенных компетенций.

В Институте созданы условия для максимального приближения средств текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к условиям их будущей профессиональной деятельности - для чего, кроме преподавателей конкретной дисциплины, в качестве внешних экспертов привлекаются работодатели, преподаватели, читающие смежные дисциплины или работающие на других кафедрах Института.

С целью оценки качества подготовки обучающихся в АНО ВО «ИДК» регулярно проводится независимое тестирование (мониторинг качества знаний) по фондам оценочных средств, разработанным преподавателями.

Внешняя оценка качества в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения образовательной деятельности по программе бакалавриата и магистратуры требованиям ФГОС ВО.

9. ХАРАКТЕРИСТИКИ СРЕДЫ ИНСТИТУТА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

Социокультурная среда АНО ВО «ИДК» создает и поддерживает условия для развития универсальных компетенций обучающихся, объявленных в настоящей образовательной программе. Обеспечение развития компетенций осуществляется в процессе воспитательной работы с обучающимися, которая базируется на следующих нормативных актах Российской Федерации в области образования (Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»), воспитания (распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»), молодежной политики (распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 года № 2403-р «Об утверждении основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года») и стандарта организации воспитательной деятельности образовательных организаций высшего образования (утвержден на заседании Совета Министерства образования и науки России, протокол от 04 сентября 2015 года №ДЛ-34/09 пр.) и др.

Цель, задачи и условия воспитательной работы реализуются через основные направления подготовки и комплекс целевых программ, разрабатываемых по мере возникновения потребностей и приоритетов с учетом компетентностной модели личности выпускника АНО ВО «ИДК».

В Институте созданы условия для формирования «мягких навыков» социального взаимодействия, гражданского самосознания, самоорганизации и самоуправления. Активно работают Студенческий совет обучающихся и Студенческое научное общество - организации обучающихся, решающие многие вопросы обучения, организации досуга, творческого самовыражения, трудоустройства, межвузовского обмена, быта обучающихся.

Для развития практико- и проектно-ориентированности ОПОП реализуются мероприятия по взаимодействию с работодателями, экскурсии в компании, а также мастер-классы и тренинги с Центром занятости «Моя карьера».

Большое внимание в Институте уделяется научно-исследовательской работе обучающихся. Ежегодно на базе АНО ВО «ИДК» проводится Всероссийская (с международным участием) научная конференция обучающихся и молодых ученых с изданием научных статей.

Формирование и развитие общекультурных компетенций выпускников осуществляется на

основе органичного взаимодействия учебного и воспитательного процессов, как в ходе реализации образовательных программ, так и программ целенаправленного воспитания во внеучебное время.

В Институте созданы условия для творческого развития обучающихся в процессе обучения: проводятся интеллектуальные игры, функционируют кружки и студенческие творческие объединения «Фото», «Стрелковый тир», работает волонтерский отряд «*Мы — там, где нужна помощь!*»; организованы для студентов мастер-классы по изготовлению сухого армейского душа для участников специальной военной операции, которые находятся в зоне боевых действий.

Обучающиеся принимают активное участие в научно-практических конференциях, международных конгрессах, в работе молодежных форумах, выставках, в творческих конкурсах, в съёмках телепередач на актуальные политические и социальные темы и др.

Обучающиеся проходят стрелковую подготовку, участвуют в работе секций: «Шахматы», «Настольный теннис». В целях пропаганды спорта и здорового образа жизни среди обучающихся Института стало традиционным посещение городских спортивных мероприятий и межвузовских соревнований.

Взаимодействие Студенческого совета с администрацией Института проходит в формате встречи-диалога с президентом и ректором Института, где представители студенческого актива обращаются с просьбами, инициативой, предложениями по улучшению учебно-воспитательной работы в вузе и развитию органов студенческого самоуправления.

В институте большое внимание уделяется мероприятиям, направленным на профилактику правонарушений, противодействие коррупции, экстремизму, терроризму, вовлечение в тоталитарные секты. Проводятся мероприятия (тренинги, семинары, беседы, консультации специалистов) по антиалкогольному просвещению, табакокурению.

В институте действует программа «Вуз без наркотиков» и реализуется план мероприятий по профилактике незаконного потребления наркотических средств и психотропных веществ.

Проводятся мероприятия по предупреждению распространения инфекций, информирование обучающихся и работников о мерах по профилактике гриппа, о важности и преимуществах вакцинопрофилактики.

В АНО ВО «ИДК» отмечаются профессиональные праздники (День юриста, День менеджера, День муниципального работника), а также календарные и тематические праздники (День знаний, День учителя, День народного единства, Международный день защиты прав ребёнка, День матери, День Конституции, День борьбы против СПИДа, Новый год, День Российского студенчества, День защитника Отечества, День влюблённых, Международный женский день, День смеха, День космонавтики, День Победы, День памяти и скорби и др.).

Внутривузовские мероприятия АНО ВО «ИДК», ставшие традиционными для сотрудников и обучающихся: День знаний, Посвящение в студенты, Новый год. Вручение дипломов выпускникам, День российской науки и др.

Приоритетным направлением воспитательной работы в АНО ВО «ИДК» является формирование российской гражданской идентичности обучающихся, приобщение к духовным ценностям и культуре многонационального народа РФ. Традиционно в АНО ВО «ИДК» проходят встречи с ветеранами Великой Отечественной войны, воинами Российской армии, Героями Советского Союза и Героями России, сотрудниками МВД. Обучающиеся АНО ВО «ИДК» принимают участие в фестивалях национальных культур народов России, общегородских мероприятиях, посвящённым знаменательным историческим датам, государственной символике РФ, государственным праздникам (День России, День народного единства и др.), памятных для россиян культурно-исторических событиях.

В целях профессионально-трудового воспитания в Школе карьерного роста им. В.А. Назарова с обучающимися проводятся встречи с ведущими учеными вуза, ветеранами труда, руководителями и специалистами организаций, учреждений г. Москвы, с представителями бизнеса, депутатами.

В рамках работы Школы обучающиеся получают навыки: где искать подходящие вакансии, как составить резюме и успешно пройти собеседование без опыта работы, уладить юридические вопросы по трудоустройству, навыки уверенного поведения в предложенных обстоятельствах, повысить самооценку, грамотно выстроить карьерную траекторию и встретится с работодателем.

Обучение в Школе проходит в формате деловых игр с разбором кейсов и решением рабочих задач из практики работодателя в соответствии с требованиями профстандарта.

Обучающихся и сотрудники АНО ВО «ИДК» регулярно принимают участие в образовательных выставках «Ярмарка вакансий», «Дни карьеры», организуют Дни открытых дверей АНО ВО «ИДК».

В Институте разработана система поощрения (морального и материального) за достижения в учебной, научно-исследовательской, общественной, культурно-творческой и спортивной деятельности. Формами поощрения за достижения в учебе, науке и внеучебной деятельности обучающихся являются грамоты, дипломы, благодарности, организация экскурсионных поездок, выделение билетов на культурно-массовые и спортивные мероприятия.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОПОП ВО ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ИЗ ЧИСЛА ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ В ОВЗ

При обучении по индивидуальному плану по настоящей ОПОП ВО инвалидов и лиц с ОВЗ срок получения образования может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Для инвалидов и лиц с ОВЗ АНО ВО ИДК установило особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

АНО ВО ИДК предоставляет возможность инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по ОПОП ВО (адаптированной основной профессиональной образовательной программе высшего образования), учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию. Адаптированная основная образовательная программа высшего образования формируется для конкретного абитуриента (обучающегося) из числа лиц с инвалидностью и ОВЗ на базе настоящей ОПОП ВО, исходит из его ограничений и запросов, учитывает рекомендации индивидуальной программы реабилитации.

11. ВЫПУСКАЮЩАЯ(-ИЕ) КАФЕДРА(-Ы), ОБЕСПЕЧИВАЮЩАЯ(-ИЕ) РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ВЫПУСКНИКОВ

Кафедра Менеджмента, рекламы и связей с общественностью