



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
**КГЭУ «КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВПО «КГЭУ»)



Ректор

Э.Ю. Абдуллазянов

**Характеристика  
основной образовательной программы  
высшего образования**

Направление подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль подготовки

**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная, заочная**

Казань – 2014

**1. Основная образовательная программа бакалавриата, реализуемая ФГБОУ ВПО «Казанский государственный энергетический университет» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере», разработанная выпускающей кафедрой «Философия», представляет собой комплекс основных характеристик образования, организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, паспорта компетенций, программы формирования компетенций, рабочих программ дисциплин и практик, программы государственной итоговой аттестации, фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся, учебных и методических материалов, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения основной образовательной программы.**

**2. Нормативные документы для разработки ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»:**

- Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» высшего профессионального образования (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 марта 2010 года № 221;

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.12.2013 № 1367;

- Приказ Минобрнауки России от 18 ноября 2013 г. № 1245 «Об установлении соответствия направлений подготовки высшего образования – бакалавриата, направлений подготовки высшего образования – магистратуры, специальностей высшего образования – специалитета, перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. №1061, направлениям подготовки высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицам квалификаций (степеней) «бакалавр» и «магистр», перечни которых утверждены приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 сентября 2009 г. №337, направлениям подготовки (специальностей) высшего профессионального образования, подтверждаемого присвоением лицу квалификации (степени) «специалист», перечень которых утвержден постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2009 г. № 1136»;

- нормативно-методические документы Минобрнауки России;

- примерная основная образовательная программа (ПрООП ВПО) по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью»;

- Устав ФГБОУ ВПО «Казанский государственный энергетический университет»;

- Локальные акты ФГБОУ ВПО «КГЭУ».

**3. Цель (миссия) ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»: формирование общекультурных компетенций, основанных на гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаниях, позволяющих ему успешно трудиться в избранной сфере деятельности, способствующих его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда; профессиональных компетенций для проектной, коммуникационной, рекламно-информационной, организационно-управленческой, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по данному направлению подготовки.**

**4. Срок освоения ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Срок освоения основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» по очной форме обучения согласно ФГОС ВПО составляет 4 года, по заочной – 5 лет.

**5. Объем ООП** определяется как трудоемкость учебной нагрузки студента при освоении ООП, и составляет 240 зачетных единиц за весь период обучения (включает все виды учебной деятельности студента, предусмотренные учебным планом для достижения планируемых результатов обучения), за исключением факультативных дисциплин.

Зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам или 27 астрономическим часам.

Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, не включая объем факультативных дисциплин, при очной форме обучения составляет 60 зачетных единиц, за исключением случаев: при заочной форме обучения, при сочетании различных форм обучения, при реализации ООП с применением исключительно электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, при использовании сетевой формы реализации ООП, при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, а также при обучении по индивидуальному учебному плану годовой объем программы устанавливается в размере не более 75 зачетных единиц.

#### **6. Требования к абитуриенту**

К освоению ООП допускаются лица, имеющие среднее общее образование. Для зачисления на обучение по ООП абитуриент должен пройти конкурсный отбор, предусмотренный Правилами приема в ФГБОУ ВПО «КГЭУ».

**7. Область профессиональной деятельности выпускника:** коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах, включая массовые, деловые и персональные коммуникации, позиционирование и продвижение предприятий и организаций энергетической отрасли в рыночной микро- и макросреде.

#### **8. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

- предприятия и организации коммерческой отрасли;
- средства массовой информации.

#### **9. Виды профессиональной деятельности выпускника**

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская;
- прогнозно-аналитическая.

#### **10. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Бакалавр по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профилем бакалаврской программы:

- *организационно-управленческая:*

участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью предприятий и организаций энергетической отрасли; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; проведение мероприятий по повышению имиджа предприятий и организаций энергетической отрасли, продвижению их товаров и услуг 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 предприятия и 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 (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, соглашение, договор, контракт);

- *коммуникационная:*

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры предприятия и организации энергетической отрасли, 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 предприятия и 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;

*- 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 предприятия и организации, их товаров и услуг; участие в организации и проведении социологических исследований с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по улучшению имиджа предприятия и организации, их товаров и услуг; проведение рыночного наблюдения, опросов, анкетирования, эксперимента с целью улучшения имиджа и конкурентной позиции предприятия и организации, их 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.

## **11. Компетенции выпускника ООП бакалавриата, формируемые в результате освоения данной ООП ВО**

В результате освоения ООП бакалавриата выпускник должен обладать следующими компетенциями:

### **а) общекультурными компетенциями (ОК):**

владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);

умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь (ОК-2);

готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);

способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);

умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-5);

стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК-6);

умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, намечать пути и выбирать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

осознанием социальной значимости своей будущей профессии, высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-8);

способностью использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы (ОК-9);

способностью использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, осознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, иметь навыки работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-12);

способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях (ОК-13);

владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного (ОК-14);

владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-15);

владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития (ОК-16);

знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии (ОК-17).

**б) профессиональными компетенциями (ПК):**

*- Общепрофессиональными:*

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ПК-1);

владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-2);

способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ПК-3);

способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях (ПК-4);

владением основ речи, знанием ее видов, правил речевого этикета и ведения диалога, законов композиции и стиля, приемов убеждения (ПК-5);

обладанием базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

обладанием базовыми навыками бренд-менеджмента (ПК-7);

обладанием базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

обладанием базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами (ПК-9);

способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы (ПК-10);

способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий (ПК-11);

способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сфере профессиональной деятельности (ПК-12);

владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве (ПК-13);

умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия (ПК-14);

умением использовать методику и технику проведения маркетинговых исследований, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15).

*- Компетенциями организационно-управленческой деятельности:*

обладанием понимания основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

знанием истории и основных теорий менеджмента, владением основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знанием основ бизнес-процессов (ПК-17);

способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений (ПК-18);

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-19);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-20);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-21);

способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создавать и поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе, мотивировать сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществлять работу по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22).

*- Компетенциями проектной деятельности:*

способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд (ПК-23);

владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, соглашение, договор, контракт) (ПК-24);

способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации (ПК-25).

*- Компетенциями коммуникационной деятельности:*

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры (ПК-26);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований (ПК-27).

*- Компетенциями рекламно-информационной деятельности:*

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-28).

*- Компетенциями исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности:*

способностью организовывать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции организации (ПК-29);

способностью организовывать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации (ПК-30);

способностью организовывать и проводить рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществлять сбор, обработку и анализ полученных данных (ПК-31);

способностью подготавливать, организовывать и проводить опросы потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа (ПК-32);

способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы (ПК-33);

владением навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);  
владением навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

## **12. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Учебный план отражает логическую последовательность освоения циклов и разделов ООП (дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций. В плане указана общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах. В базовых частях учебных циклов указан перечень базовых модулей и дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС. В вариативных частях учебных циклов сформирован перечень и последовательность дисциплин с учетом рекомендаций соответствующей ПрООП ВПО.

ООП содержит элективные дисциплины (дисциплины по выбору обучающихся) в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем циклам ООП. Для каждой дисциплины, практики указаны виды учебной работы студента и формы промежуточной аттестации.

Календарный учебный график. В календарном учебном графике указана последовательность реализации ООП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Календарный учебный график состоит из графика учебного процесса по курсам и сводных данных по бюджету времени (в неделях).

Паспорт компетенций – это совокупность требований к уровню сформированности компетенции по окончании освоения ООП студентом. Паспорт компетенций конкретизирует федеральные требования с учетом специфики вуза, и уточняет формулировки компетенций, представленных в ФГОС, в соответствии с профилем подготовки. Из этого документа преподаватель получает систематизированную информацию о значимости компетенции для выпускника данной ООП, ее структуре, возможных уровнях формирования; для студентов документ является путеводителем по планированию развития компетенций. Паспорт компетенций обеспечивает прозрачность и обоснование принятого уровня сформированности каждой компетенции.

Программа формирования компетенций – это обоснованная совокупность содержания образования, методов и условий, обеспечивающих формирование компетенции заданного уровня. Программа формирования компетенций аккумулирует информацию в поле «результаты обучения – методы обучения – методы оценки». Программа интегрирует ответы на вопросы: какие образовательные траектории позволяют привести к достижению студентами минимально обязательного уровня сформированности компетенции, каковы этапы формирования компетенции, на материале каких дисциплин, внеаудиторных мероприятий она формируется, что нужно делать преподавателям и студенту для обеспечения формирования компетенции заданного уровня, какие методы оценки рекомендуется использовать преподавателю, какие специфические условия необходимы.

Рабочие программы дисциплин и практик. ООП бакалавриата содержит рабочие программы всех дисциплин как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая элективные дисциплины (дисциплины по выбору студента), программы практик.

Программы учебной и производственной практик. В соответствии с ФГОС ВПО по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» раздел основной образовательной программы бакалавриата «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

При реализации данной ООП ВО предусматривается *учебная практика*:

Курс, семестр	Продолжительность	Место проведения
1 курс, 2 семестр	4 недели	кафедра Философии
2 курс, 4 семестр	4 недели	кафедра Философии

### *Производственная практика:*

Вид практики	Курс, семестр	продолжительность	Место прохождения
производственная	3 курс, 6 семестр	4 недели	ТК «Эфир»; PR-лаборатория кафедры ТОК; газета «Паблсити» в структуре КГЭУ
преддипломная	4 курс, 8 семестр	2 недели	ТК «Эфир»; PR-лаборатория кафедры Философия

Программа государственной итоговой аттестации (программа государственного экзамена и/или требования к ВКР и порядку их выполнения, критерии оценки результатов сдачи государственных экзаменов и/или защиты ВКР) разрабатывается с учетом рекомендаций учебно-методических объединений высших учебных заведений, УМС ФГБОУ ВПО «КГЭУ» и Методического совета института и доводятся до сведения студентов не позднее, чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Государственная итоговая аттестация выпускников по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» проводится в виде защиты бакалаврской выпускной квалификационной работы и государственного экзамена (вводится по решению Ученого совета КГЭУ). Государственный экзамен носит комплексный характер и формируется на междисциплинарной основе, используя разделы профильной подготовки, ориентированные непосредственно на будущую деятельность бакалавра. Выпускная квалификационная работа бакалавра является заключительным этапом проведения государственных аттестационных испытаний и имеет своей целью систематизацию, обобщение и закрепление теоретических знаний, практических умений, оценку сформированности общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО.

Программа государственной итоговой аттестации по ООП бакалавриата по направлению подготовки 031600 «Реклама и связи с общественностью» включает содержание междисциплинарного экзамена и его соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ООП в целом; содержание ВКР студента, ее соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ООП в целом; формы проведения аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации студентов-выпускников на соответствие их подготовки ожидаемым результатам образования компетентностно-ориентированной ООП; учебно-методическое и информационное аттестационных испытаний.

Фонды оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы с использованием балльно-рейтинговой технологии. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. Промежуточная аттестация (зачет, экзамен) студентов по дисциплине (практике) осуществляется в рамках завершения изучения дисциплины (прохождения практики) и позволяет определить качество усвоения изученного материала. При помощи ФОС осуществляется контроль и управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений и навыков, определенных по направлению подготовки в качестве результатов освоения учебных дисциплин (практик).

Основными свойствами ФОС являются предметная направленность, содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих учебной дисциплины), объем (количественный состав оценочных средств, входящих в ФОС), качество оценочных средств и ФОС в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

ФОС разрабатываются по каждой дисциплине (практике) учебного плана, они включают в себя типовые задания, контрольные работы, тесты, нестандартные задачи (задания), наборы проблемных ситуаций, соответствующие будущей профессиональной деятельности, сценарии деловых игр.

вых игр и т. п.) и другие оценочные средства, позволяющие оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций на определенных этапах обучения.

Учебные и методические материалы, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения ООП - это учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы (в том числе электронные образовательные ресурсы), информационные материалы (презентации к занятиям, видеоматериалы, др.), методические указания для студентов по подготовке к практическим, семинарским занятиям, выполнению лабораторных работ, по самостоятельной работе студентов (написание рефератов, выполнение контрольных, расчетно-графических, курсовых работ (проектов), творческих заданий, др.), по подготовке к текущему контролю, промежуточной и государственной итоговой аттестации, др.

### **13. Кадровое обеспечение реализации ООП ВО**

Реализация ООП бакалавриата обеспечивается научно-педагогическими кадрами:

процент научно-педагогических кадров, имеющих базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающихся научной и (или) научно-методической деятельностью – 82 %;

доля преподавателей, в процентах, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной ООП – 61 % ,

в том числе, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора – 9%;

доля преподавателей, в процентах, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по профессиональному циклу, из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений – 7 %;

число преподавателей, из общего количества преподавателей, не имеющих ученую степень и (или) ученое звание, обеспечивающих образовательный процесс по данной ООП, имеющих стаж практической работы по данному направлению на должностях руководителей или ведущих специалистов более 10 последних лет – 7 чел. (до 20% от общего числа преподавателей имеющих ученую степень и (или) ученое звание, может быть заменено преподавателями этой категории).

Обеспечению качественной подготовки студентов, обучающихся по направлению, также способствует:

регулярное повышение квалификации профессорско-преподавательского состава в форме стажировок, курсов, семинаров, школ, а также в форме защит диссертаций;

- активная научная деятельность сотрудников кафедры (регулярное участие в конференциях различных уровней (международных, региональных и др.), ежегодные научные публикации в журналах, рецензируемых ВАК РФ);

- обязательное привлечение студентов к участию в научно-практических конференциях и конкурсах научных работ, как результат призовые места, дипломы и медали;

- непрерывное обновление учебно-методических документов и материалов в соответствии с требованиями времени, а также пособий и методических указаний по освоению дисциплин профессионального цикла;

- взаимодействие с выпускниками кафедры, работающими по специальности, с целью учета и анализа их мнений относительно достоинств и недостатков образования, полученного в ходе обучения в КГЭУ; создания новых платформ для прохождения учебных и производственных практик и отслеживания потенциальных рабочих мест для трудоустройства будущих выпускников.

### **14. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации ООП ВО**

Учебно-методическое и библиотечно-информационное обслуживание студентов и преподавателей при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» обеспечивается:

- учебными, учебно-методическими и научными изданиями библиотечного фонда университета и выпускающей кафедры;

• доступом к электронно-библиотечным системам с возможностью индивидуального доступа каждого обучающегося, содержащим издания учебной, учебно-методической и другой литературы библиотечные фонды включают следующие ведущие отечественные журналы:

- «Эксперт»,
- «Советник в сфере образования»,
- «Маркетинговые исследования»,
- «Маркетинг»,
- «Маркетинг в России и за рубежом»,
- «Менеджмент в России и за рубежом»
- «Управление персоналом»

• доступом к репетиционной базе тестов i-exam, учебным видеофильмам и презентациям.

Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

- Единое окно доступа к образовательным ресурсам : [www.window.edu.ru](http://www.window.edu.ru)
- Мировая цифровая библиотека: [www.wdl.org](http://www.wdl.org)
- Электронная библиотека Гуттенберг : [www.gutenberg.ru](http://www.gutenberg.ru)
- Президентская библиотека им. Б. Н. Ельцина : [www.prlib.ru](http://www.prlib.ru)
- Электронная библиотека для инженеров: [www.03-ts.ru](http://www.03-ts.ru)
- Библиотека Гумер: [www.gumer.info](http://www.gumer.info)
- Business Week Online: [http:// www/businessweek.com](http://www/businessweek.com);
- Harvard Business Review: <http://hbr.com>;
- Энциклопедия «Википедия»: [http:// en.wikipedia.org](http://en.wikipedia.org);
- [http:// www. rbk.ru](http://www.rbk.ru)
- [http:// www. advertology.ru](http://www.advertology.ru);
- [http:// www. acarussia.ru](http://www.acarussia.ru);
- <http://www.sostav.ru>;

Также имеется доступ к следующим электронным отечественным и зарубежным изданиям:

- «Советник» <http://www.sovetsnik.ru>;
- « PR-Week» <http://www.prweek.com>;
- «PR-Newswire»<http://prnewswire.com>;
- «Advertising age» <http://adage.com>;
- «Adweek» <http://adweek.com>;
- <http://advesti.ru>

Название дисциплины	Виды занятий
Русский язык и культура речи	Ролевая игра
Иностранный язык	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Отечественная история	Лекция -визуализация
Культурология	Фокус-группа, ролевая игра, просмотр фильма
Психология	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Социология	Ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Философия	Фокус-группа, case-study, дебаты
Экономика	Фокус-группа, case-study
Иностранный язык профессиональный	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, просмотр фильма
Логика и теория аргументации	Фокус-группа, case-study, дебаты
Конфликтология	Фокус-группа, case-study, дебаты, ролевая игра
История философии	Фокус-группа, case-study, дебаты
Языковые отношения и языковая политика	Фокус-группа, case-study

Документная лингвистика	Case-study, фокус-группа,
История журналистики	Фокус-группа, case-study, дебаты
Основы теории политических коммуникаций	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Семиотика	Фокус-группа, case-study, дебаты
Консалтинг в связях с общественностью	Case-study, фокус-группа
Математика	Фокус-группа, case-study
Статистика	Фокус-группа, case-study
Информатика	Фокус-группа, case-study
Компьютерные технологии	Фокус-группа, case-study
Телекоммуникационные технологии в связях с общественностью	Фокус-группа, case-study
Концепции современного естествознания	Фокус-группа, case-study, просмотр фильма
Web-дизайн	Фокус-группа, case-study
Основы сетевых коммуникаций	Фокус-группа, case-study
Основы теории коммуникации	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Социология массовых коммуникаций	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Психология массовых коммуникаций	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг, просмотр фильма
Теория и практика массовой информации	Фокус-группа, case-study
Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Основы менеджмента	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, тренинг
Основы маркетинга	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Безопасность жизнедеятельности	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Стилистика и литературное редактирование	Фокус-группа, case-study
Психология делового общения	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Организация и проведение рекламных и PR-кампаний	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Коммуникационный менеджмент	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Формирование имиджа организации	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Переписка с иностранными партнерами (на иностранном языке)	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Технический английский язык	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Реферирование и аннотирование на иностранном языке	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Имиджелогия	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Введение в профессию	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Прикладная этика в рекламе и связях с общественностью	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, тренинг
Корпоративная реклама и связи с общест-	Фокус-группа, ролевая игра, case-study,

венностью	
Риторика и основы ораторского искусства	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, дебаты
Коммуникативные технологии в коммерческой деятельности	Фокус-группа, ролевая игра, case-study,
Деловая коммуникация на иностранном языке	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Психология рекламы и PR	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, психологический тренинг
Техника ведения деловых переговоров на иностранном языке	Фокус-группа, ролевая игра, case-study,
Современная пресс-служба	Фокус-группа, case-study
Связи с общественностью в кризисных ситуациях	Фокус-группа, ролевая игра, case-study
Физическая культура	
Социальная антропология	Фокус-группа, ролевая игра, case-study, дебаты

## **15. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса при реализации ООП ВО**

Основное материально-техническое обеспечение образовательного процесса при реализации ООП бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», профиля подготовки «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» обеспечивается выпускающей кафедрой Философия. При реализации ООП используются:

специализированная лаборатория для обучения производству рекламных и PR-продуктов, оснащенная компьютерной техникой, ручным микрофоном; микрофоном-пушкой, профессиональным штативом, проектором;

аудитории Д-102, Д-104, Д-302, Д-304, оснащенные мультимедийной аппаратурой для чтения лекций и проведения практических занятий («Психология и педагогика», «Психология общения»);

аудитория Д-403, оснащенная персональными компьютерами («Математика»);

аудитория В-613, оборудованная персональными компьютерами (Интернет-класс) («Информатика», «Планирование экспериментов и обработка результатов»),

аудитории В-506, В-508 В-525, оснащенные рефрактометром, фотоколориметром, колбонагревателем, дистиллятором, весами электронными лабораторными, баней лабораторной, рН-метром, высокотемпературной лабораторной камерной электропечью, персональными компьютерами («Органическая и биологическая химия», «Общая и неорганическая химия»);

лингвфонный кабинет: видео- и аудио-магнитофоны с обучающими аудио- и видеопрограммами («Иностранный язык»);

специализированные аудитории, оборудованные мультимедийной аппаратурой для чтения лекций и проведения практических занятий («Философия», «История России», «Экономическая теория», «Менеджмент и маркетинг», «Политология», «Социология», «Русский язык и культура речи», «Современный русский язык», «Правоведение», «Правовая культура», «Физика»);

аудитория Д-610, лаборатория «Охрана труда», оснащенная тренажером "ИЛЮША"; телевизором TOSHIBA и DVD плеером; компьютером Pentium 4; персональным компьютером RAY, процессором Intel Core, монитором ViewSonic с жестким диском 250 Гб («Безопасность жизнедеятельности»);

аудитория Д-612, лаборатория «Гражданской защиты и чрезвычайных ситуаций», оснащенная тренажером «ИЛЮША»; видеоаппаратурой с комплектом видеофильмов; персональным компьютером RAY с процессором Intel Core, монитором ViewSonic, жесткими дисками 250 Гб («Безопасность жизнедеятельности»);

спортивные залы, тренажерные залы, спортивные площадки («Физическая культура»).

## **16. Характеристика среды вуза, обеспечивающей развитие общекультурных компетенций выпускников**

В ФГБОУ ВПО «КГЭУ» созданы оптимальные условия для реализации воспитательных задач образовательного процесса. Целями внеучебной воспитательной работы является формирование целостной, гармонично развитой личности, воспитание патриотизма, нравственности, физической культуры, формирование культурных норм и установок у студентов, создание условий для реализации творческих способностей студентов, организация досуга студентов.

В университете эффективно работают студенческие общественные объединения: профсоюзная организация студентов и аспирантов; союз студентов и аспирантов; студенческие советы в институтах, общежитиях; союз иностранных студентов. Ведут активную деятельность штаб студенческих отрядов, студенческий правоохранительный отряд, студенческий социальный отряд «Забота», интеллектуальный клуб.

В университете применяются индивидуальные, групповые и массовые формы воспитательной работы: индивидуальная работа преподавателя со студентом и его родителями, проведение групповых собраний, экскурсии, организация соревнований, конкурсов, фестивалей. Важную роль в воспитательном процессе играют массовые корпоративные мероприятия: «День знаний», фестиваль «День первокурсника», «Неделя спорта КГЭУ», «День энергетика», всероссийский фестиваль «Между Волгой и Уралом», «Дня студента», Кубок ректора по лыжным гонкам, фестиваль «Зимушка-зима», всероссийский фестиваль «Энергия рока», фестиваль «Студенческая весна».

Важное место в стимулировании кооперативных форм межгруппового взаимодействия занимают публичные лекции для студентов университета руководителей ведущих предприятий энергетике, города и встречи с представителями политических, промышленных, деловых и культурных элит. Большое социальное значение имеет ежегодная акция по сдаче донорской крови «Подари сердце людям».

В студенческом клубе университета работают студенческий театр «Сдвиг по Фазе», театр современного танца «Кристалл», студия современного танца «Релакс», студия народного танца «Дуслык», хоровая акапелла «Ренессанс», студия хора «Энерго йолдызлары», студия вокала Д. Вагаповой, студия «Барабанщицы», клуб веселых и находчивых. Все подразделения являются призерами всероссийских и международных конкурсов и фестивалей.

Ежегодно в КГЭУ проводится более 30 спортивно-массовых студенческих событий, в том числе «Неделя спорта КГЭУ», Кубок ректора по лыжным гонкам, Спартакиада энергетических вузов России. Ведут работу 20 спортивных секций под руководством высококвалифицированных тренеров.

В университете разработан комплекс мер по адаптации студентов первого курса: действует система кураторства, разработана «Памятка первокурсника», проводится «Школа первокурсника».

Ведется плодотворная работа по социальной поддержке студентов, по которой в соответствии с установленным законодательством оказывается целевая комплексная помощь таким категориям студентов, как сироты, студенты-инвалиды, студенты-родители, беременные студентки и т.д.

Для иногородних студентов имеются два благоустроенных общежития (общая площадь – 12 851 кв.м.), где проживают 1 274 студента. Развита сеть пунктов общественного питания на 252 посадочных места: буфеты, столовые. Функционирует учебный спортивно-оздоровительный лагерь «Шеланга» на 300 койко-мест.

В вузовском информационном пространстве функционируют: видеостудия; студенческие газеты «Во», «Паблицити», «Жестъ»; студия «Энерго-ТВ»; официальный сайт «kgeu.ru»; студенческий сайт «energouniver.ru»; страницы в социальных сетях.

В университете разработана система поощрения студентов. Формами поощрения за достижениями в учебной и внеучебной деятельности студентов являются:

- повышенные стипендии;
- именные стипендии Президента и правительства РФ, Президента РТ, стипендии и гранты администрации г. Казани, стипендии российских и международных предприятий энергетической отрасли;
- грамоты, дипломы, благодарности;

- организация экскурсионных поездок, выделение билетов на культурно-массовые мероприятия.

Социокультурная среда университета обеспечивает условия для профессионального становления бакалавра, социального, гражданского и нравственного роста, норм взаимоотношений, общения, организации досуга, быта в общежитии, отношений к будущей профессии, формирует мотивацию учебной деятельности.