


АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»

ЧЕБОКСАРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Утверждаю _____
Ректор _____ Кривошей В.А.
" 8 " 02 _____ 2015 г.



ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

для 2015 года набора
на 2015-2016 учебный год

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Общие положения	3
1.1	Определение образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.....	3
1.2	Нормативные документы для разработки ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.....	3
1.3	Общая характеристика ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	4
1.4	Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	5
2.	Характеристика профессиональной деятельности выпускника образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	7
2.1	Область профессиональной деятельности выпускника.....	7
2.2	Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	7
2.3	Виды профессиональной деятельности выпускника.....	7
2.4	Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	7
2.5	Квалификация, присваиваемая выпускникам.....	9
3.	Планируемые результаты освоения: компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	10
4.	Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы высшего образования по 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	13
4.1	Календарный учебный график.....	13
4.2	Учебный план.....	13
4.3	Рабочие программы учебных дисциплин.....	14
4.4	Программы практик	35
5.	Фактическое ресурсное обеспечение образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	37
5.1	Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы	37
5.2	Учебно-методическое и информационное обеспечение	37
5.3	Материально-техническое обеспечение	39
6.	Характеристика социокультурной среды, обеспечивающей развитие общекультурных компетенций выпускников.....	41
7.	Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью	49
7.1	Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	49
7.2	Государственная итоговая аттестация выпускников.....	49
8.	Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся	51

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Определение образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Образовательная программа бакалавриата, реализуемая Чебоксарским кооперативным институтом (филиалом) Российского университета кооперации по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную с учетом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования, а также с учетом рекомендованной профильным учебно-методическим объединением примерной образовательной программы.

Образовательная программа высшего образования регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и профилю и включает в себя: учебный план, рабочие программы дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2 Нормативные документы для разработки ОП ВО по направлению подготовки. 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Нормативную правовую базу разработки ОП бакалавриата составляют:

- Федеральным законом Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ;
- Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»;
- Государственной программой Российской Федерации «Развитие образования на 2013-2020 гг.»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 19 декабря 2013 года № 1367;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования подготовки бакалавра по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью от 24.06.2010 г. №707;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

– Устав автономной некоммерческой организации высшего профессионального образования Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»;

– Положение о Чебоксарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации, утвержденного ректором Университета 10.04.2014;

– Правила внутреннего распорядка Чебоксарского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации, утвержденных приказом ректора института от 25.07.2014 № 188-о.

1.3. Общая характеристика образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по данному направлению подготовки.

В области воспитания целью образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки посредством социокультурной среды, развития социально-воспитательного компонента учебного процесса, включая развитие студенческого самоуправления, участие обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

В области обучения целью образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Срок освоения образовательной программы высшего образования – 4 года по очной форме обучения, 4 года – по заочной форме на базе среднего профессионального образования, 5 лет по заочной форме.

Трудоемкость освоения студентом образовательной программы высшего образования за весь период обучения в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по данному направлению составляет 240 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом образовательной программы высшего образования.

Трудоемкость образовательной программы по очной форме обучения на учебный год равна 60 зачетным единицам.

1.4. Требования к абитуриенту

Поступающий должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании или среднем профессиональном образовании.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Область профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности бакалавров включает оценку и подтверждение соответствия качества и безопасности товаров, формирование и управление ассортиментом, контроль за соблюдением требований к упаковке, маркировке, условиям и срокам хранения (годности, службы, реализации), организационно-управленческие функции, связанные с закупкой, хранением и реализацией товаров в сфере торговли, производства и на других стадиях товародвижения.

В число организаций и учреждений, в которых может осуществлять профессиональную деятельность выпускник по данному направлению и профилю подготовки входят: оптовые и розничные торговые предприятия, предприятия по производству товаров народного потребления, органы по сертификации, центры стандартизации и метрологии, экспертные организации, таможенные органы, организации Роспотребнадзора и по защите прав потребителей и др.

2.2. Объекты профессиональной деятельности:

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

- потребительские товары на стадиях транспортирования, хранения, реализации, использования (потребления и эксплуатации);
- сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия, а также процессы производства, формирующие потребительские свойства товаров;
- упаковка и маркировка;
- нормативные и технические документы, устанавливающие требования к безопасности и качеству потребительских товаров, условиям их хранения, транспортирования, реализации, использования (потребления или эксплуатации), а также обеспечивающие процесс товародвижения;
- процессы хранения, приемки по количеству и качеству, подготовки к продаже, реализации, использования (потребления или эксплуатации);
- методы идентификации, оценки и подтверждения соответствия продукции установленным требованиям и заявленным характеристикам.

2.3. Виды профессиональной деятельности:

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью готовится к следующим видам профессиональной деятельности:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская;

– прогнозно-аналитическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым в основном готовится бакалавр, определяются высшим учебным заведением совместно с обучающимися, научно-педагогическими работниками высшего учебного заведения и объединениями работодателей.

2.4. Задачи профессиональной деятельности

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

организационно-управленческая:

-участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; осуществление оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью;

-проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;

-участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации;

-осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников;

проектная:

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

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

коммуникационная:

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

-участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

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

рекламно-информационная:

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

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:

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

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

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

-подготовка, организация и проведение анкетирования и опросов мнения потребителей и общественного мнения;

-обработка и подготовка данных для анализа;

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

составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов;

-написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

2.5 Квалификация, присваиваемая выпускникам

Выпускникам направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, присваивается квалификация – бакалавр.

3. Планируемые результаты освоения: компетенции выпускника, формируемые в результате освоения образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Полный состав обязательных общекультурных и общепрофессиональных компетенций выпускника как совокупный ожидаемый результат образования по завершении освоения ОП ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью представлены ниже:

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

-умением логически верно, аргументированно 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 готов 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, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

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

-использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

-использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

-способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать 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, имеет 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).

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

общефессиональные:

-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 основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения (ПК-5);

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

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

-обладает базовыми навыками медиапланирования (ПК-8);

-обладает 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 сферы 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 кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации (ПК-15);

организационно-управленческая деятельность:

- обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга (ПК-16);

- знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов (ПК-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, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников (ПК-22);

- 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);

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

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

коммуникационная деятельность:

- 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);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовать 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);

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и

динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции (ПК-29);

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

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

– способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения 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);

– владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-34);

– владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов (ПК-35).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 19 декабря 2013 года № 1367 и Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по данному направлению подготовки содержание и организация образовательного процесса при реализации данной образовательной программы высшего образования регламентируется годовым календарным учебным графиком, учебным планом; рабочими программами учебных дисциплин; материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1 Годовой календарный учебный график

В графике указывается последовательность реализации образовательной программы высшего образования по данному направлению подготовки по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

4.2. Учебный план

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения циклов и разделов образовательной программы высшего образования

(дисциплин, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовых частях учебных циклов указывается перечень базовых дисциплин в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования. В вариативных частях учебных циклов вуз самостоятельно формирует перечень и последовательность дисциплин.

Образовательная программа содержит дисциплины по выбору обучающихся в объеме не менее одной трети вариативной части суммарно по всем трем учебным циклам. Порядок формирования дисциплин по выбору обучающихся устанавливает ученый совет института.

Для каждой дисциплины, практики указываются виды учебной работы и формы промежуточной аттестации.

При составлении учебного плана институт руководствуется общими требованиями к условиям реализации образовательных программ, сформулированными в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4.3. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

В состав образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью входят рабочие программы всех учебных дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента.

Направленность (профиль) образовательной программы ориентирована на конкретные области знания и виды деятельности посредством изучения учебных дисциплин профессионального цикла, определяющих ее предметно-тематическое содержание: Основы теории коммуникации, Социология массовых коммуникаций, Психология массовых коммуникаций, Теория и практика массовой информации, Основы интегрированных коммуникаций, Основы менеджмента, Организация работы отделов по рекламе и связям с общественностью, Основы маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Безопасность жизнедеятельности, Правовое регулирование в рекламе и PR, Основы рекламы и PR, Рекламный менеджмент и маркетинг, Брендинг, Разработка рекламного продукта, Технология креативных решений в рекламе и PR, Психология и этика делового общения, Основы медиапланирования, Стратегия и технология коммуникаций, Семиотика в рекламе и PR, Макетирование и верстка в рекламе, ВТЛ-коммуникации, Имиджология, Бренд-менеджмент, Коммерция, Кросс-культурные бизнес-коммуникации, Технология производства рекламы, Реклама и PR в социальной сфере, Основы журналистики, Поведение потребителей, Разработка проектов, Коперайтинг, Международная реклама и PR, Персональный менеджмент, Рекламное медиапланирование, Управление маркетингом

4.4. Программы практик

Учебная практика. В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью раздел образовательной программы «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 студентами в результате освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций студентов.

Целью учебной (товароведной) практики является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося и приобретение им практических умений, навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В результате прохождения учебной практики студент должен выработать умения организовывать самостоятельный профессиональный трудовой процесс; принимать организационные решения в стандартных ситуациях и нести за них ответственность.

Аттестация по итогам учебной практики осуществляется на основании представления обучающимися отчета и дневника о результатах практики с защитой отчета.

Формой аттестации результатов учебной практики в соответствии с учебным планом и с учетом требований ФГОС ВО является дифференцированная оценка.

Производственная практика. Производственная практика студентов является составной частью образовательной программы подготовки бакалавра. Цель производственной практики – закрепить теоретические знания.

Производственная практика входит в цикл Б.5, базовую (общепрофессиональную) часть.

Местом проведения практики служат предприятия и организации занимающиеся рекламной деятельностью. Студенты, работающие в вышеуказанных предприятиях и организациях, как правило, проходят практику по месту работы.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основании представления обучающимися отчета и дневника о результатах практики с защитой отчета.

Формой аттестации результатов производственной практики в соответствии с учебным планом и с учетом требований ФГОС ВО является дифференцированная оценка.

Преддипломная практика. При реализации образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусматривается преддипломная практика.

На преддипломную практику допускаются студенты, полностью выполнившие учебный план и не имеющие академической задолженности.

Основная цель преддипломной практики – приобретение практических, профессиональных навыков самостоятельной работы по различным направлениям деятельности в области рекламы и связей с общественностью, а также сбор материалов для выпускной квалификационной работы.

Преддипломная практика проводится в конкретных организациях различного характера (профиля) деятельности, форм собственности и организационно-правового статуса занимающихся рекламой и связями с общественностью. Студенты, работающие в вышеуказанных предприятиях и организациях, как правило, проходят практику по месту работы.

Аттестация по итогам практики осуществляется на основании представления обучающимися отчета и дневника о результатах практики с защитой отчета.

Формой аттестации результатов производственной практики в соответствии с учебным планом и с учетом требований ФГОС ВО является дифференцированная оценка.

Прохождение студентами всех видов практик осуществляется, как правило, на основе прямых долгосрочных и краткосрочных договоров, заключенных между Чебоксарским кооперативным институтом (филиалом) Российского университета кооперации и предприятиями (организациями).

В соответствии с ФГОС практики могут проводиться на базовой кафедре (учебная практика), обладающих необходимым кадровым и научно-техническим потенциалом.

5. Фактическое ресурсное обеспечение основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

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

Ресурсное обеспечение ОП ВО формируется на основе требований к условиям реализации, определяемых Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по данному направлению подготовки.

Реализация образовательной программы бакалавриата по данному направлению подготовки обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной образовательной программе, составляет не менее 60%, ученую степень доктора наук (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную процедуру признания и установления эквивалентности).

К образовательному процессу привлекается не менее 5% преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение.

Образовательная программа обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы. Аннотации каждой из учебных дисциплин (курсов, модулей) по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью представлены в локальной сети и сайте образовательного учреждения.

Учебный план по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью разработан с нормированием времени на суммарный объем работы студентов по семестрам не более 54 часов в неделю. В рабочих программах дисциплин приводится планирование времени самостоятельной работы на выполнение различных видов работ. Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением в соответствии со временем, затрачиваемым на ее выполнение. Для аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств по всем дисциплинам всех циклов учебного плана, включающие средства поэтапного контроля формирования компетенций (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация).

При использовании электронных изданий вуз обеспечивает каждого обучающегося, во время самостоятельной подготовки, рабочим местом в компьютерном классе с выходом в Интернет в соответствии с объемом изучаемых дисциплин. Кроме того, в институте имеются точки доступа Wi-Fi, которые позволяют студентам использовать сеть Интернет в любых аудиториях с целью оперативного получения и обмена информацией с отечественными и зарубежными вузами, предприятиями и организациями, что повышает эффективность образовательного процесса.

Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, имеется доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам для проведения аудиторных занятий, таких как MS Office, «1С: Торговля и склад», «Гарант», «Консультант Плюс», база данных «Статистические издания России» и др.

Реализация образовательных программ обеспечивается доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) образовательной программы. В институте действует 10 компьютерных классов, в которых проводятся занятия по различным дисциплинам направления подготовки 42.03.01, все из них обеспечены доступом к сети Интернет для самостоятельной подготовки.

Формирование библиотечного фонда осуществляется в соответствии с тематико-типологическим планом комплектования, который отражает профиль учебных дисциплин вуза и тематику научно-исследовательских работ, и автоматизированной картотекой книгообеспеченности образовательного процесса.

В библиотеке функционирует Зал интерактивного обучения. Основная цель зала – повышение качества подготовки обучающихся посредством использования интерактивных форм обучения. Зал оснащен современной компьютерной техникой, экраном и проектором. Для студентов оборудованы автоматизированные рабочие места, снабженные веб-камерами. Услуги зала:

использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий; проведение вебинаров; использование Skype; предоставление студентам автоматизированных рабочих мест для самостоятельной работы; доступ к Интернет-ресурсам, ЭБС.

Пользователям доступны ИПС Консультант (локальная сеть), ИПС Гарант (локальная сеть), современные электронно-библиотечные системы (ЭБС). Библиотека института уделяет большое внимание пропаганде и популяризации приобретенных электронных информационных ресурсов. Библиотека работает в корпоративной информационной сети с библиотекой Российского университета кооперации и его филиалами, библиотеками Чувашской Республики по технологии электронной доставки документов (ЭДД), что также расширяет границы использования информационных ресурсов пользователями.

Каждый обучающийся по образовательной программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обеспечен не менее чем одним учебным и одним учебно-методическим печатным и (или) электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла, входящей в образовательную программу (включая электронные базы периодических изданий).

Библиотечный фонд укомплектован печатными и (или) электронными изданиями основной учебной литературы по дисциплинам базовой части всех циклов, изданными за последние 10 лет (для дисциплин базовой части гуманитарного, социального и экономического цикла - за последние 5 лет).

Объем фонда основной и дополнительной учебной литературы, имеющей грифы различного уровня, соответствует установленным нормам.

Фонд дополнительной литературы помимо учебной включает официальные справочно-библиографические и периодические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Список полезных для студентов ссылок по дисциплинам учебного плана размещен на сайте института в разделе Библиотека и доведен до сведения студентов всех курсов, обновляется по необходимости.

5.3 Материально-техническое обеспечение.

Чебоксарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, реализующий образовательную программу по направлению подготовки Экономика, располагает соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, лабораторной, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом вуза:

– Центр лабораторных исследований (лаборатории химии, физики, физико-химических методов исследования, сенсорного анализа, микробиологии, товароведения и технологии непродовольственных товаров, управления качеством продукции, идентификации и сертификации продукции, товароведения и технологии продовольственных товаров), оснащенные современным оборудованием, обеспечивающим выполнение требований

образовательной программы ВО с учетом профиля подготовки,

– Центр информационных технологий, оснащенный вычислительным и телекоммуникационным оборудованием и программными средствами, необходимыми для реализации ОП ВО.

Осуществлено подключение свободного неограниченного доступа в Интернет для студентов во всех 10 дисплейных классах института и библиотеки для использования его ресурсов во всех видах деятельности. Кроме того, работают 9 точек беспроводного доступа (WiFi 802.11g/n), которые позволяют выходить в Интернет с ноутбуков и смартфонов. Для повышения интерактивности обучения в 9 аудиториях установлены проекторы с экранами,

- библиотека,
- спортивно-оздоровительный центр,
- актовый зал на 540 посадочных мест,
- столовая и буфет,
- медпункт,
- два благоустроенных общежития.

Обеспеченность одного обучающегося, приведенного к очной форме обучения, общими учебными площадями не ниже нормативного критерия.

Поддерживается оптимальный учебный ассортимент продовольственных и непродовольственных товаров, образцов, макетов, моделей, каталогов и др. Нормативная база насчитывает более 2000 наименований.

Практическая подготовка ведется на предприятиях, организациях города и Чувашской Республики, заключены договоры с ведущими торговыми предприятиями и экспертными организациями, республиканскими и областными потребительскими союзами.

Институт располагает современной библиотекой, основная функция которой

информационное обеспечение учебного процесса и научных исследований. В настоящее время в библиотеке действуют 5 читальных залов на 330 посадочных мест, абонементы учебной и художественной литературы. Общая площадь библиотеки составляет 1 248 кв.м. Библиотека института активно развивается и представляет собой единый интегрированный информационный центр.

В библиотеке зарегистрировано более 5000 пользователей. Ежегодно библиотека обслуживает около 125 тыс. посетителей, выдает более 100 тыс. экз. документов и копий документов, к веб-сайту обращаются более 20 тыс. локальных и удаленных пользователей.

Локальная сеть библиотеки состоит из 57 персональных компьютеров, 40 из которых - АРМ пользователей. Полностью обновлен компьютерный парк библиотеки, приобретены новый сервер, Web-камеры, мультимедиа проектор и другая техника. Все компьютеры подключены к локальной сети института и имеют постоянный выход в Интернет. В отделах библиотеки доступен беспроводной Интернет WI-FI.

6. Характеристика социокультурной среды, обеспечивающей развитие общекультурных компетенций выпускников.

Социокультурная среда – совокупность ценностей и принципов

социальных структур, людей, технологий, создающих особое пространство, взаимодействующее с личностью, формирующее его профессиональную и мировоззренческую культуру; это протекающее в условиях высшего учебного заведения взаимодействие субъектов, обладающих определенным культурным опытом, и подкрепленное комплексом мер организационного, методического, психологического характера. Средовой подход в образовании и воспитании предполагает не только возможность использовать социокультурный воспитательный потенциал среды, но и целенаправленно изменять среду в соответствии с целями воспитания, т. е. являются специфической методологией для выявления и проектирования личностно-развивающихся факторов (компетенций).

Одним из важных направлений деятельности является выполнение социального заказа на подготовку компетентных специалистов, обладающих социально-профессиональной адаптивностью и мобильностью; высокой мотивацией к работе, самообразованию, самосовершенствованию в профессиональной деятельности; коммуникабельностью; умением работать в команде и т.д.

В институте созданы благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся.

Выпускник института для получения квалификации бакалавр должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

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

умением логически верно, аргументированно 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 готов 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, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков (ОК-7);

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

использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы (ОК-9);

использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования (ОК-10);

способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать 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, имеет 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).

Для формирования вышеперечисленных общекультурных компетенций ведется работа по основным направлениям воспитательной работы:

- развитие студенческого самоуправления (школа студенческого актива, круглые столы по актуализации проблем развития общественной работы студентов и т.д.);

- проектная деятельность (реализация проектов «Тебе, первокурсник», «Школа кураторов», «Добро ЧКИ» и т.д.);

- духовно-нравственное и гражданско-патриотическое воспитание (акции «Поклонимся великим тем годам», совместная работа с Советом ветеранов института, встречи с ветеранами боевых действий и т.д.);

- правовое воспитание и профилактика правонарушений (акции «Студенты – за здоровый образ жизни», «Здоровый образ жизни – наш выбор!», ток-шоу «Здоровый образ жизни – это...», Единые информационные молодежные дни, Дни профилактики правонарушений, конкурс творческих работ, пропагандирующий здоровый образ жизни и т.д.);

- художественно-эстетическое воспитание (творческий конкурс «Мисс института», «Студенческая весна», межфакультетские игры КВН и т.д.);

- физическое воспитание, пропаганда здорового образа жизни, охрана здоровья (проведение спартакиады «Первокурсник», спартакиады института и т.д.) и др.

Регулярно осуществляется выпуск информационного студенческого издания – газеты «Студенческий вестник» (1 раз в месяц) и телевизионной программы «Копер» на телеканале ЮТВ, активно используются информационные стенды, библиотечный фонд, сайт института. В процессе организации воспитательной работы применяются различные средства: информационная сеть Интернет, тематические публикации в СМИ, радиоузел института, информационные стенды, размещенные в фойе учебного корпуса, другие наглядные средства.

Оценка состояния воспитательной работы производится на основе отчетов научно-педагогических работников, преподавателей-кураторов учебных групп, факультетов.

Формирования социокультурной среды, обеспечивающей развитие социально-личностных компетенций обучающихся, определяется следующими документами:

- Концепция воспитательной работы в Чебоксарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации;

Целевые комплексные программы:

- охраны здоровья студентов в Чебоксарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации;

- правового воспитания студентов и профилактики правонарушений в системе воспитательной работы Чебоксарского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации;

- профилактики наркотической, алкогольной и иных видов зависимостей, табакокурения в Чебоксарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации;

- профилактики экстремистской деятельности и терроризма в Чебоксарском кооперативном институте (филиале) Российского университета кооперации.

Положения:

- о студенческих деканатах факультетов;
- о старосте учебной группы;
- о конкурсе «Куратор года»;
- о конкурсе «Студент года»;
- о конкурсе «Лучшая студенческая группа»;
- о студенческом педагогическом отряде «Весельчаки»;
- о кураторе студенческой академической группы;
- об ассоциации выпускников;
- о клубе интеллектуальных игр;
- о совете по патриотическому воспитанию студентов;
- о студенческом оперативном отряде;
- о совете по профилактике наркомании и формированию здорового образа жизни;
- о совете по профилактике правонарушений и правовому воспитанию студентов;
- о спортивном клубе;

- о студенческом клубе;
- о Студенческом совете института;
- о Студенческом совете общежития.

Основные аспекты социокультурной среды вуза отражены в концепции воспитательной работы. На протяжении всего времени обучения руководство и профессорско-преподавательский состав института основное внимание уделяют таким вопросам, как подготовка профессионально и культурно ориентированной личности, обладающей мировоззренческим потенциалом, способностями к профессионализму, интеллектуальному и социальному творчеству, владеющей устойчивыми умениями и навыками выполнения профессиональных обязанностей. Для этого в вузе созданы условия для таких направлений воспитания, как гражданско-патриотическое, профессионально-трудовое, правовое, эстетическое, физическое, экологическое и семейно-бытовое.

Инфраструктура института, обеспечивающая воспитательную работу со студентами, включает: Ученый совет института, советы факультетов; факультеты и кафедры; кураторы учебных групп; Центр молодежной политики; студенческий клуб; спортивный клуб.

Также в формировании социокультурной среды, принимают участие координационно-совещательные структуры, в состав которых входят студенты – члены молодежных общественных объединений института: Совет по воспитательной работе, Совет по профилактике правонарушений и правовому воспитанию студентов, Совет по патриотическому воспитанию, которые проводятся в соответствии с утвержденными на учебный год планами. Вопросы воспитательной направленности рассматриваются на заседаниях Ученого совета.

Формирование социокультурной среды направлено на развитие у обучающихся самоорганизации и самоуправления. В институте созданы органы студенческого самоуправления. Структура студенческого самоуправления института следующая:

- Студенческий Совет, созданный для наиболее полного раскрытия творческого потенциала и повышения уровня профессиональной подготовки студентов;
- Старостат, осуществляющий официальное руководство всем контингентом студентов в учебной и дисциплинарной работе;
- Молодежные общественные объединения;
- Студенческая газета, являющаяся печатным органом студенческого актива, информирующая студентов о жизни в вузе.

В институте реализуется 2 уровня организации студенческого самоуправления:

- иерархический уровень построения студенческого самоуправления, предусматривающий следующие звенья самоуправления: Студенческий совет института, студенческие деканаты факультетов, актив студенческих групп;
- функциональный уровень управления, предусматривающий наличие органов самоуправления по различным направлениям внеучебной

деятельности: студенческое научное общество, Студенческий совет общежития, Клуб интеллектуальных игр, Клуб веселых и находчивых, студенческий педагогический отряд «ВесельЧаКИ», студенческий оперативный отряд, волонтерская группа ЗОЖ «КоперЗдрав», студенческий волонтерский отряд (на юридическом факультете) «Милосердие», студенческий пресс-центр, творческие объединения по интересам и спортивные секции (более 20 – мастерская личностного роста, клуб креативного творчества, студии народного, эстрадного, современного танца, секции по легкой атлетике, баскетболу, волейболу, армспорту, мини-футболу и т.д.).

Сохранение и приумножение духовно-нравственных, культурных, научных и спортивных достижений в коллективе ЧКИ РУК осуществляется на основе традиций и принципов потребительской кооперации России, восприятия

роли и места потребительской кооперации в нравственно-этическом возрождении современного российского общества.

Координационным органом, обеспечивающим взаимодействие структурных подразделений, является Центр молодежной политики института.

Воспитательная работа осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации, нормативными документами Министерства образования и науки Российской Федерации. В основе организации воспитательной работы лежит принцип научного подхода к воспитанию молодежи по ведущим направлениям:

– Профессионально-трудовое, в рамках которого организуются презентации специальностей, круглые столы, диспуты, олимпиады, деловые игры, профессиональные конкурсы, направленные на развитие интереса к избранной профессии и профессиональных качеств.

– Духовно-нравственное, в рамках которого проводятся круглые столы, конкурсы; проблемы нравственности широко обсуждаются в рамках работы студенческих дискуссионных клубов, научно-практических конференций. Важное внимание уделяется развитию нравственных основ профессиональной и образовательной деятельности.

– Гражданско-патриотическое, которое направлено на активизацию работы в музее, организацию работы с ветеранами, проведение праздничных мероприятий, сбор материалов по истории кооперации, документов о деятельности кооператоров-участников Великой Отечественной войны. Организуются встречи с ветеранами кооперативного движения, праздники, концерты для ветеранов.

– Культурно-эстетическое, которое осуществляется через организацию работы студенческих клубов, проведение праздников и конкурсов «Мисс университета», участие во всероссийских мероприятиях.

– Спортивно-оздоровительное, которое направлено на активизацию работы спортивных секций, проведение студенческой универсиады; акций «Голоса молодых за здоровый образ жизни».

Важным участком воспитательной работы в вузе является функционирование института кураторов, обеспечивающего решение ряда

индивидуальных образовательных проблем и способствующего скорейшей адаптации студентов младших курсов в институте.

Социокультурная среда включает структурные подразделения, призванные обеспечить разнонаправленное ее насыщение для удовлетворения потребностей студентов в развитии их интеллектуального, художественно-эстетического, спортивно-оздоровительного, лидерского потенциалов. К ним относятся:

- Центр молодежной политики (ЦМП);
- Спортивно-оздоровительный комплекс, кафедра физкультуры и спорта и спортивные секции;
- Учебно-научно-методический комплекс «Музей кооперации»;
- студенческие кружки;
- медпункт;
- библиотека;
- студенческая юридическая клиника

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися образовательной программы высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В соответствии с ФГОС ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью оценка качества освоения обучающимися образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОП ВП осуществляется также действующими нормативными документами Чебоксарского кооперативного института (филиала) и Российского университета кооперации.

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

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОП вузом созданы фонды оценочных средств. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику курсовых работ, рефератов, ролевые и деловые игры и т.п., а также другие формы контроля, позволяющие оценивать уровни образовательных достижений и степень сформированности компетенций.

Оценка качества освоения профиля подготовки включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине разрабатываются профессорско-преподавательским составом и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

При разработке оценочных средств для контроля качества изучения учебных дисциплин, практик учитываются все виды связей между включенными в них знаниями, умениями, навыками, позволяющие установить качество сформированных у обучающихся компетенций по видам деятельности и степень общей готовности выпускников к профессиональной деятельности.

При проектировании оценочных средств предусматривают оценку способности обучающихся к творческой деятельности, их готовности вести поиск решения новых задач, связанных с недостаточностью конкретных специальных знаний и отсутствием общепринятых алгоритмов профессионального поведения.

Институтом созданы условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций студентов-бакалавров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели, читающие смежные дисциплины преподаватели и т.п.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников

Итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме и направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС.

Государственная итоговая аттестация включает государственный экзамен по дисциплинам профессионального цикла и защиту выпускной квалификационной работы.

Выпускающей кафедрой разработан фонд оценочных средств для итоговой (государственной итоговой) аттестации, который включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы;
- требования по выполнению выпускной квалификационной работы.

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
ЧЕБОКСАРСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
на 2015-2016 учебный год**

Образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью одобрена представителями работодателей и может быть использована для осуществления образовательной деятельности в 2015-2016 учебном году:

Представители работодателя:

Президент Торгово-промышленной
палаты Чувашской Республики

Президент ГК «Ореол Здоровья»,
Генеральный директор ООО «Инко-
сервис», доктор техн. наук


 И.В. Кустарин


 Н.И. Бакуновец