

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Национальный исследовательский
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по ОД

Е.В. Луков

20 22 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки

42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Квалификация (степень):

бакалавр

Форма обучения

Очная

Год приема

2020

АКТУАЛИЗИРОВАНА
Решением ученого совета НИ ТГУ
Протокол № 10 от 26.10.2022 г.

Томск – 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения	3
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	3
1.2. Нормативные документы	3
2. Общая характеристика образовательной программы.....	5
2.1. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности выпускника.....	5
3. Структура, содержание и реализация ОПОП.....	8
3.1. Структура учебного плана	8
4. Требования к результатам освоения ОПОП.....	9
4.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	9
4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	13
4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	18
4.4. Перспективы трудоустройства выпускников ОПОП.	27
5. Кадровый состав реализации ОПОП.....	28
6. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП.....	29
7. Воспитательная работа с обучающимися	29
ПРИЛОЖЕНИЕ А Рабочая программа воспитания.....	31

1. Общие положения

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая Национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и профилю подготовки «Работа с социальными медиа», представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную университетом в соответствии с Самостоятельно устанавливаемым образовательным стандартом НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утвержден приказом НИ ТГУ № 320/ОД от 02.04.2019) и с учетом требований рынка труда.

ОПОП регламентирует комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, иных¹ компонентов, оценочных и методических материалов, а также рабочей программы воспитания.

Компоненты ОПОП, включенные в состав образовательной программы установлены в соответствии с Положением об образовательной программе высшего образования в НИ ТГУ.

1.2. Нормативные документы

Нормативную правовую базу разработки ОПОП бакалавриата составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- Федеральный закон "О внесении изменений в Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации" по вопросам воспитания обучающихся" от 31.07.2020 № 304-ФЗ;
- Федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 02.05.2015 № 122-ФЗ;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 512;
- Самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт Национального исследовательского Томского государственного университета – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом НИ ТГУ № 320/ОД от 02.04.2019;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 06.04.2021 г. № 245);
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;

¹ Иные компоненты включаются в состав образовательной программы по решению организации (статья 2, п.9 ФЗ от 29.12.2012 N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

- Приказ от 02.04.2019 № 315/ОД «О введении Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в Национальном исследовательском Томском государственном университете, принятого на основании решения Ученого совета от 27.03.2019, протокол №3»;
- Положение о порядке проведения ГИА с применением дистанционных образовательных технологий по образовательным программам высшего образования (бакалавриат, специалитет, магистратура), утвержденное приказом от 27.05.2020 № 485/1 ОД;
- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденных приказом Министерства образования и науки РФ от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226);
- Методические рекомендации по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ (Приложение к письму Министерства образования и науки Российской Федерации от 28.08.2015 № АК-2563/05);
- Перечень профессиональных стандартов: 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 N 535н; 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08.09.2014 N 629н;
- Приказ Минобрнауки от 31 июля 2020 г. № 860 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования».
- Постановление Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в Положение о государственной аккредитации образовательной деятельности» от 30.09.2020 г. № 1570 .
- Приказ Минобрнауки «О Практической подготовке» от 05.08.2020 г. №885.
- Приказ Минобрнауки «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в РФ по вопросам воспитания обучающихся» от 31.07.2020 г. № 304-ФЗ.
- Приказ Минобрнауки от 30.07.2020 г. № 845 «Об утверждении порядка зачета организацией, осуществляющей образовательную деятельность, результатов освоения обучающимися учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, ДПО в других организациях, осуществляющих образовательную деятельность»
- Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973);
- Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017).
- Устав НИ ТГУ;
- Программа развития федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» на 2013-2020 годы;
- Локальные нормативные акты НИ ТГУ.

2. Общая характеристика образовательной программы

Нормативный срок освоения ОПОП бакалавриата составляет 4 года.

Трудоемкость ОПОП составляет 240 зачетных единиц.

Миссия ОПОП – подготовка компетентных и конкурентоспособных профессионалов для авторской, проектной и технологической видов коммуникативной деятельности, предметом которой является система новых медиа.

Цель ОПОП – подготовка будущей элиты профессионалов в сфере социальных коммуникаций, способных работать в рекламных и PR-агентствах, соответствующих подразделениях государственных и некоммерческих организаций, бизнес-структур; а также готовых под руководством осуществлять аналитические и научные исследования.

Требования к уровню подготовки: лица, имеющие аттестат о среднем (полном) образовании и желающие освоить основную профессиональную образовательную программу по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» зачисляются в бакалавриат по результатам вступительных испытаний, программы которых разрабатываются вузом.

ОПОП реализуется на русском языке, через очную форму обучения, имеется возможность обучения на бюджетной и платной основе. Настоящей ОПОП предусматривается возможность обучения иностранных обучающихся при условии владения ими русским языком.

Квалификация, присваиваемая выпускникам – бакалавр.

2.1. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности выпускника

Таблица 1.

Соотнесение областей, типов задач, задачи объектов профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой	Авторский	Подготовка оригинальных текстов на различные темы по проблематике рекламы и связей с общественностью; - рерайт текстов различной проблематики; - ведение (под руководством) новостных лент и представительств в социальных сетях, в модерировании обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, с обязательным знанием веб-этикета, а также видов спама и нежелательного контента, методов и средств борьбы с ними; - подготовка (под	00.29 Информационная деятельность в общественных науках 02.41 Социальная философия 19.21 Массовая коммуникация 19.45 Средства массовой информации

<p>информации); сфера рекламы и связей с общественностью.</p>		<p>руководством) конечных рекламных и PR-продуктов (текстовых, графических, визуальных, медийных и т.д.), в том числе содержащих социально-просветительский контент.</p>	
	<p>Проектный</p>	<p>Участие в планировании, контроле и оценке эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации, обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, включая медийную активность, с обязательным соблюдением законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, сферы социальных коммуникаций, правил использования информационных материалов в Интернет, а также этических норм, устанавливаемых профильными профессиональными ассоциациями и объединениями; - участие в проектировании, планировании, контроле и оценке эффективности программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд с целью формирования общественного мнения, формирования имиджа социального субъекта и т.д.;</p> <p>- подготовка проектной и</p>	<p>04.61 Социология личности и поведения</p> <p>04.41 Социальные классы, общности и группы</p> <p>19.31 Общедоступные сетевые информационные ресурсы (интернет, www)</p> <p>19.45 Средства массовой информации</p> <p>19.71 Использование технических средств для массовой коммуникации</p> <p>82.17 Социальное управление</p>

		соответствующей деловой документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт и проч.).	
	Технологический	<p>Участие в разработке и проведении социологических и маркетинговых исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, СМИ и Интернет, в том числе в области изучения общественного мнения аудиторий СМИ с обязательным умением использовать современные информационно-коммуникационные технологии (интернет-технологии и специализированные программные продукты для сбора, обработки и анализа данных исследований);</p> <p>- участие в разработке общей концепции продвижения организации в СМИ и Интернет с целью освещения ее социально-значимой деятельности с обязательным владением маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента.</p> <p>- работа с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.;</p> <p>- сбор и анализ веб-статистики с обязательным</p>	<p>04.15 Методология социологии. Методика и техника социологических исследований</p> <p>04.81 Прикладная социология</p> <p>19.21 Массовая коммуникация</p> <p>19.31 Общедоступные сетевые информационные ресурсы (интернет, www)</p> <p>19.45 Средства массовой информации</p> <p>19.71 Использование технических средств для массовой коммуникации</p>

		владением основными принципами и методами сбора статистических данных по посещаемости веб-сайтов, популярными профильными сервисами.	
--	--	--	--

3. Структура, содержание и реализация ОПОП

3.1. Структура учебного плана

Учебный план состоит из трех блоков: 1) дисциплины (модули), 2) практики, 3) государственная итоговая аттестация. А также содержит факультативные дисциплины. Первый блок включает в себя дисциплины универсального цикла (обязательную часть и вариативную часть, формируемую участниками образовательных отношений, включая дисциплины по выбору студентов); дисциплины общепрофессионального цикла, включающие обязательную и вариативную (формируемую участниками образовательных отношений, включая дисциплины по выбору студентов) части; дисциплины профессионального цикла, включающие обязательную и вариативную (формируемую участниками образовательных отношений, включая дисциплины по выбору студентов) части. Второй блок представлен двумя видами практики: учебной и производственной. Учебная практика является обязательной и включает в себя профессионально-ознакомительную (проектно-технологическую) практику и профильные мастерские. Производственная практика включает в себя обязательную и вариативную (формируемую участниками образовательных отношений) части. К обязательной части производственной практики относятся: профессионально-творческая (профильный проект), профессионально-творческая (научно-исследовательская работа (НИР)) и преддипломная практика. К вариативной части производственной практики относится профессионально-творческая (практика в профессиональной сфере).

Промежуточная аттестация реализуется в трех формах: зачет, зачет с оценкой, экзамен. Государственная итоговая аттестация заключается в подготовке к сдаче и сдаче государственного междисциплинарного экзамена, а также в подготовке к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Объем обязательной части ОПОП без учета объема государственной итоговой аттестации составляет не менее 40% общего объема ОПОП.

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательных программ на иных условиях;
- в форме самостоятельной работы обучающихся;
- иных формах.

Фактический объем контактной работы от общего объема времени, отводимого на реализацию данной ОПОП, определяется исходя из формы обучения, содержания, форм проведения занятий, образовательных технологий, используемых при ее реализации, в том числе с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий и составляет не более 50%.

4. Требования к результатам освоения ОПОП

4.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций	Код и наименование индикатора достижения универсальных компетенций
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять	ИУК 1.1. Осуществляет поиск информации, необходимой для решения

	<p>системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>задачи</p> <p>ИУК 1.2. Сравнивает возможные варианты решения, оценивает их преимущества и недостатки, формулирует собственную позицию в рамках поставленной задачи</p> <p>ИУК 1.3. Оценивает результаты решения поставленной задачи</p> <p>ИУК 1.4. Умеет организовывать, разрабатывать и проводить маркетинговые исследования в рамках решения поставленной задачи</p> <p>ИУК 1.5. Знает критерии выбора статистических методов для проведения анализа результатов маркетинговых исследований, поиска информации в Интернете, опросов и маркетинговой информации о пользователях глобальной сети</p>
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>ИУК 2.1. Формулирует взаимосвязанные задачи в рамках поставленной цели, определяет ожидаемые результаты их решения</p> <p>ИУК 2.2. Определяет методы и способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>ИУК 2.3. Публично представляет проект решения задачи</p> <p>ИУК 2.4. Способен оценить эффективность использованных методов для достижения поставленной цели</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и</p>	<p>ИУК 3.1. Учитывает особенности поведения</p>

	реализовывать свою роль в команде	разных групп людей в процессе взаимодействия ИУК 3.2. Способен устанавливать разные виды взаимодействий, исходя из задач, стоящих перед командой ИУК 3.3. Планирует свои действия, их последовательность, исходя из собственной роли в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК 4.1. Демонстрирует навыки устной и письменной деловой коммуникации на русском и иностранном языках в разных формах в соответствии с поставленными задачами ИУК 4.2. Знает лексический и грамматический материал, необходимый для осуществления устной и письменной коммуникации на русском и иностранном языках ИУК 4.3. Демонстрирует умение применять различные приёмы самопрезентации в устной и письменной формах для достижения поставленных задач

<p>Межкультурное взаимодействие</p>	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>ИУК 5.1. Демонстрирует понимание исторической обусловленности межкультурного разнообразия общества ИУК 5.2 Умеет пользоваться соответствующими базовыми философскими и научными категориями и концепциями, понимая их смысл, при устной или письменной реконструкции того или иного исторического периода развития (прото-)рекламы и (прото-)связей с общественностью ИУК 5.3 Способен воспроизводить и объяснять изученный материал, готовить обзоры основных исторических периодов развития (прото-)рекламы и (прото-)связей с общественностью как социальных практик и сфер социально-гуманитарного знания, описывать этические и философские факторы, влияющие на результат реконструкции характера рекламы и PR в тот или иной исторический период развития общества</p>
	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>ИУК 6.1. Организует собственную деятельность с учетом имеющихся возможностей, временных и личностных ресурсов ИУК 6.2. Планирует цели саморазвития с учетом собственных потребностей, временной перспективы развития профессиональной деятельности и требований рынка труда</p>
	<p>УК-7. Способен поддерживать</p>	<p>ИУК 7.1. Понимает роль</p>

<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)</p>	<p>должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, в подготовке его к социальной и профессиональной деятельности; значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности ИУК 7.2. Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности ИУК 7.3. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями</p>
<p>Безопасность жизнедеятельности</p>	<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций</p>	<p>ИУК 8.1. Понимает основные принципы и правила безопасного поведения в повседневной жизни и профессиональной деятельности ИУК 8.2. Предпринимает необходимые действия по обеспечению безопасности в повседневной жизни и в условиях чрезвычайных ситуаций</p>

4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенций	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональных компетенций
Продукт профессиональной деятельности	<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК 1.1. Демонстрирует навыки создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, в том числе на основе изучения источников на иностранном языке, признанных профессиональным сообществом</p> <p>ИОПК 1.2. Владеет базовыми нормами современного русского литературного языка и практическими навыками литературного редактирования, создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных стилей; навыками работы со словарями разных типов</p> <p>ИОПК 1.3. Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p>
Общество и государство	<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего</p>	<p>ИОПК 2.1. Демонстрирует способность собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в</p>

	<p>освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>области связей с общественностью и рекламы с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества</p> <p>ИОПК 2.2. Демонстрирует умение применять социологические методы и методики с целью мониторинга общественного мнения или отношения к организации, бренду, товару</p> <p>ИОПК 2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
<p>Культура</p>	<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ИОПК 3.1. Знает и демонстрирует навыки применения знаний принципов формирования художественно-образных систем различных видов искусства в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ИОПК 3.2. Демонстрирует навыки применения стилистических норм употребления языковых единиц в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; понимает культурное многообразие, отличия основных сфер общения и типичные для них функциональные стили, подстили, жанры речи</p> <p>ИОПК 3.3. Способен при разработке идеи, концепта,</p>

		содержания и структуры медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов) использовать интертекст, ассоциативные отсылки к культурным объектам и знакам отечественной и мировой культуры
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ИОПК 4.1. Способен ориентироваться в основных концепциях и направлениях современного социального предпринимательства, анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы, запросы и потребности общества и аудитории, использовать экономические знания в профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК 4.2. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной, учитывая базовые основы социальной психики, современные теории конфликта</p> <p>ИОПК 4.3. Демонстрирует навыки применения различных средств коммуникации на основе выявления, анализа и оценки запросов и потребностей общества и аудитории</p>
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	ИОПК 5.1. Демонстрирует готовность учитывать правовые и этические нормы регулирования взаимодействия со медиакоммуникационными системами региона, страны

	<p>экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>и мира в рамках осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК 5.2. Демонстрирует понимание электронно-сетевых характера медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ИОПК 5.3. Умеет осуществлять анализ и оценку установок и отношения целевых аудиторий к медиакоммуникационным системам региона, страны и мира, их контенту и рекламным обращениям, в том числе исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p>
<p>Технологии</p>	<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ИОПК 6.1. Знает содержание современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий и требования к их применению в профессиональной деятельности с учетом информационной безопасности</p> <p>ИОПК 6.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ИОПК 6.3. Способен выбирать, использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные</p>

		технологии в профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>ИОПК 7.1. Учитывает социально-психологические особенности различных аудиторий в своей профессиональной деятельности</p> <p>ИОПК 7.2. Демонстрирует готовность учитывать нормы и правила этических кодексов в сфере коммуникаций</p> <p>ИОПК 7.3. Умеет использовать инструменты и средства Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, базовых принципов социальной ответственности</p>

4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ), трудовой функции ТФ	Трудовые действия	Тип профессиональных задач (ТПЗ)	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника, установленной ОС НИ ТГУ	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению продукции средств массовой информации»				
ОТФ-1. Организация продвижения продукции СМИ	Организация маркетинговых исследований в области СМИ; разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ;	Проектный	ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также	<p>ИПК 1.1. Способен встраивать результаты социологических исследований во внутреннюю и внешнюю коммуникационную политику организации</p> <p>ИПК 1.2. Знает основы</p>

	<p>контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>		<p>подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p>организации и оперативного планирования своей деятельности и деятельности (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), умеет использовать эти знания для обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации, в том числе ее медийной активности</p> <p>ИПК 1.3. Демонстрирует навыки планирования, контроля и оценки эффективности управления коммуникацион ной инфраструктуро й организации</p> <p>ИПК 1.4. Способен управлять внешними и внутренними коммуникациям и организации в кризисных ситуациях</p>
--	--	--	--	--

		Технологический	<p>ПК-2. Владеет коммуникативным и, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента</p>	<p>ИПК 2.1. Знает базовые концепции рекламы и связей с общественностью, основы психологии рекламной и PR-деятельности</p> <p>ИПК 2.2. Владеет технологиями организации и проведения мероприятий по повышению имиджа различных базисных субъектов</p> <p>ИПК 2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и осуществлять коммуникационные – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>ИПК 2.4. Использует коммуникативные технологии для управления общественным мнением</p> <p>ИПК 2.5. Демонстрирует навыки планирования, реализации и оценки эффективности технологий event-</p>
--	--	-----------------	--	---

				менеджмента ИПК 2.6. Способен выбирать, анализировать и оценивать эффективность применения коммуникативных технологий в избирательном процессе
06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам»				
ОТФ-2. Создание и редактирование информационных ресурсов	Поиск информации по тематике сайта; написание информационных материалов для сайта; редактирование информации на сайте; ведение новостных лент и представительство в социальных сетях; модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях; нормативный контроль содержания сайта	Проектный	ПК-3. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля	ИПК 3.1. Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории ИПК 3.2. Знает основные принципы мультимедийного дизайна и цифрового паблишинга, использует их при оптимизации и адаптации текстовых материалов ИПК 3.3. Демонстрирует владение навыками

			презентации научного исследования, в том числе с использованием текстовых материалов
		Авторский	<p>ПК-4. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.</p> <p>ИПК 4.1. Осуществляет поиск необходимой информации и способен к созданию информационных материалов (уникального и рерайтовского контента: текстового, аудио, визуального), а также к их редактированию</p> <p>ИПК 4.2. Способен использовать различные графические редакторы при решении задач профессиональной деятельности</p> <p>ИПК 4.3. Демонстрирует навыки работы с текстовыми редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д., в соответствии с поставленными задачами в условиях осуществления профессиональной деятельности</p>

				в организации
ОТФ-3. Управление (менеджмент) информационны ми ресурсами	Организация работ по созданию и редактированию контента; управление информацией из различных источников; контроль за наполнением сайта; локальные изменения структуры сайта; анализ информационны х потребностей посетителей сайта; подготовка отчетности по сайту; поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	Авторский	ПК-5. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента	ИПК 5.1. Способен создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента ИПК 5.2. Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в социальных медиа ИПК 5.3. Владеет технологией создания журналистских текстов с учетом их тематической, содержательной и структурно- композиционной спецификой; осуществляет выбор методов редактирования журналистских материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла

		Технологический	<p>ПК-6. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб-статистики</p>	<p>ИПК 6.1. Демонстрирует навыки использования интернет-сервисов при организации и проведении исследований различных проблем рекламы и связей с общественностью</p> <p>ИПК 6.2. Способен на основе собранных данных веб-статистики предложить решения или разработать рекомендации, увеличивающие эффективность работы интернет-ресурса, его посещаемость, базу подписчиков и др.</p> <p>ИПК 6.3. Умеет составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы в рамках исследуемой области, в том числе с использованием данных веб-статистики</p> <p>ИПК 6.4. Способен создавать массивы данных</p>
--	--	-----------------	--	--

				вэб-статистики для использования в аналитической и практической частях выпускной квалификационной работы
--	--	--	--	--

Кафедрой социальных коммуникаций национального исследовательского Томского государственного университета, непосредственно отвечающей за подготовку бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью», разработаны полные пакеты рабочих программ дисциплин и практик по профилю «Работа с социальными медиа». Вышеперечисленные документы нашли высокую оценку как представителей научно-педагогического сообщества Томска, так и руководителей отделов по связям с общественностью и рекламы ведущих организаций экономической, политической и социальной сфера Томской области, коммуникационных агентств.

В настоящее время в активе профессорско-преподавательского состава кафедры есть и ряд уникальных образовательных программ, разработанных под конкретный социальный заказ территории. Так, уже в течение ряда лет для Законодательной Думы Томской области кафедрой социальных коммуникаций проводятся семинары для помощников депутатов парламента территории; по заказу департамента по информационной политике и связям с общественностью Администрации Томской области (оператором является Томский областной общественный фонд «Центр общественного развития») для образовательной программы «Школа НКО» были разработаны семинары. Преподавателями кафедры написан ряд учебных курсов, созданы электронные образовательные ресурсы и проводятся занятия для слушателей российско-шведской программы дополнительного профессионального образования «Электронный бизнес». Ряд специалистов кафедры социальных коммуникаций прошли конкурсный отбор и стали преподавателями, экспертами, тренерами в рамках участия НО «Фонд развития малого и среднего предпринимательства в Томской области» в организации и проведении мероприятий долгосрочной целевой программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Томской области на период до 2020 года».

Одним из стратегических векторов развития Сибирского федерального округа, в частности Томской области, является выход на международный уровень деятельности, поиск партнеров из других стран, что обусловлено задачами модернизации экономики, необходимостью прорыва в области научных открытий, определенных установками руководства страны. Это придает международному сотрудничеству кафедры социальных коммуникаций ТГУ, которое в настоящий момент находится на этапе становления и развития, особую актуальность. В числе первых результатов можно назвать участие зав. кафедрой Кужелевой-Саган И.П. в Международной конференции Ассоциации европейских университетов, сотрудничающих в сфере PR (EUPRIO), состоявшейся осенью 2010 года в г. Стреза (Италия). В июле 2011 Кужелева-Саган И.П. приняла участие в конференции «Силиконовая долина: глобальная модель или уникальная аномалия?», организованной Институтом гуманитарных исследований и технологий (H-STAR) при Стэнфордском университете (Калифорния, США). Главным спонсором конференции стала компания «Google». В своем докладе (««Up to the HUB»: Humanities networking technology for developing young people's innovation potential») Ирина Петровна представила авторскую модель сетевой гуманитарной технологии развития инновационного потенциала молодежи. Данная технология функционирует по принципу «тройная спираль» («университеты, бизнес, власть») + «двойная сеть» (социально-медийная и академическая, «on-line и off-line»). Её специфика заключается в том, что она позволяет создать

образовательную структуру нового типа – «открытый сетевой инновационный университет» как особую среду для развития молодежного инновационного потенциала.

Все это позволило установить прямые контакты со специалистами по социальным коммуникациям из ведущих вузов Европы и Америки. Сегодня рассматриваются перспективные варианты международного сотрудничества кафедры (университет Оулу, Финляндия; Пизанский университет, Италия). К уже реализованным практикам такого сотрудничества можно отнести ежегодные семинары для студентов и преподавателей кафедры социальных коммуникаций ТГУ с участием известного специалиста в области семиотики и рекламы - профессора Софийского университета Х.Н. Кафтанджиева; профессора кафедры лингвистики и семиотики Института языка и коммуникаций Технического университета Берлина (TUB) Роланд Познера; Ph.D., доцента Университета Кассино (Италия) Роберто Бруни и др.

С 2009 года кафедрой социальных коммуникаций ТГУ в партнерстве с Ассоциацией кинообразования и медиапедагогике России, Институтом новых образовательных технологий и информатизации Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ), Московским филиалом Научно-образовательного культурологического общества, Российским информационным агентством «РИА Новости» и Томским медиа-центром «РИА Новости», Украинским синергетическим обществом, а также еще рядом ведущих российских и зарубежных организаций, специалистов (Астафьева Ольга Н. – д. фсф., профессор (РАНХ и ГС при Президенте РФ, Москва, Россия), председатель Московского филиала научно-образовательного культурологического общества; Вестерманн Арне - Ph.D., профессор (Межд. школа менеджмента, Дортмунд, Германия); Гринфилд Сьюзан А. - Ph.D., профессор (Оксфордский университет, Великобритания), баронесса, член Палаты Лордов, Кавалер Ордена Почетного Легиона; Расселл Марта Г. - Ph.D., профессор, исп. директор Media X (H-STAR, Стэнфордский университет, Калифорния, США) и др.) проводится Международная научно-практическая Интернет-конференция «Connect-Универсум», посвященная самым актуальным трендам сферы социальных коммуникаций.

Площадками для прохождения практики будущих бакалавров выбраны предприятия и организации, чьи представители участвуют в обеспечении образовательного процесса в ТГУ по направлению «Реклама и связи с общественностью», к тому же они охотно трудоустраивают выпускников университета у себя: рекламный холдинг «Рекламный Дайджест», медиа-холдинг «Томская Медиа Группа», рекламная группа «Красный квадрат», агентство «Другое», группа компаний «Зонд-реклама», фирма «Компания Янсон», компания «Медиа-Ком», арт-студия «Мотив», агентство маркетинговых коммуникаций «Томь-PRess», рекламная компания «Форма», ООО «Издательство «Курсив»; пресс-службы и отделы (департаменты) по информационной политике и общественным связям мэрии г. Томска, Думы г. Томска, Администрации Томской области, Законодательной Думы Томской области, ОАО «Востокгазпром», ООО «Газпром Трансгаз Томск»; отделы маркетинга, рекламы ЗАО «Сибирская Аграрная группа», ОАО «Томскпромстройбанк»; средства массовой информации Томска и Томской области и др.

Учебно-научная лаборатория гуманитарных новомедийных технологий (далее ЛГМНТ) как структурное подразделение ФП НИ ТГУ создана на базе кафедры социальных коммуникаций в апреле 2012г. В свою очередь, лаборатория включает в себя студию новомедийных технологий, для которой закуплено соответствующее оборудование на сумму 5 млн. рублей. Произведена его сборка; подготовлена специальная аудитория для занятий со студентами. Данный проект осуществляется совместно с медиа-холдингом ООО «Рекламный Дайджест» (Томск). Руководитель ЛГМНТ – доктор филос. наук, доцент, зав. кафедрой социальных коммуникаций Кужелева-Саган И.П. Цель создания студии – обеспечение студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью», уникальной возможностью сочетать получаемые теоретические знания с формированием конкретных практических навыков и умений.

Развитие профессионального (открытого, цивилизованного) пространства сферы рекламы и

PR было приоритетной задачей кафедры социальных коммуникаций с первых дней образования. Так, с 2003 года кафедра официально является дирекцией и организатором регионального тура Всероссийского конкурса студенческих работ в области развития связей с общественностью «Хрустальный Апельсин». За это время сотни студентов ТГУ, других томских вузов прошли школу конкурса, неоднократно были победителями его финального тура, получив возможность стартовать в профессии на самом высоком уровне.

С 2007 года кафедра является членом Сибирского отделения Российской Ассоциации по связям с общественностью ((СО) РАСО). Заведующая кафедрой И. П. Кужелева-Саган на учредительном собрании избрана в совет СО РАСО как представитель томского сообщества PR-специалистов. Коллектив кафедры все эти годы активно участвует во всех проектах отделения, ставя приоритетной задачей распространение высоких стандартов профессии, неукоснительное соблюдение ее этических норм во всех сферах жизнедеятельности. Так, в ноябре 2009 года комплект учебных пособий, авторами которого являются преподаватели кафедры социальных коммуникаций ТГУ, стал лауреатом Ежегодного международного конкурса признания профессиональных достижений в сфере PR и рекламы, организованного Сибирским отделением РАСО. Коллектив авторов получил премию «Золотой соболю» в номинации «Лучшая образовательная программа по PR».

С 2016 года в ТГУ реализуется проект: новая книжная серия — «Монографии выдающихся зарубежных исследователей на русском языке», в состав авторов, переводчиков и разработчиков которого вошли преподаватели кафедры. Монография из этой серии Р. Познера «Рациональный дискурс и поэтическая коммуникация» (научный редактор перевода с англ. — И.П. Кужелева-Саган) была удостоена диплома I степени в номинации «Лучшее серийное периодическое издание» на Всероссийском конкурсе «Университетская книга-2016». Коллективная монография коллектива кафедры «"Цифровые диаспоры" мигрантов из Центральной Азии: виртуальная сетевая организация, дискурс «воображаемого сообщества» и конкуренция идентичностей» стала победителем в номинации «Лучшая научная книга» Открытого межрегионального конкурса «Книга года: Сибирь-Евразия-2017».

Все это позволяет давать студентам качественное образование. Неслучайно, более 50% бакалавров кафедры учатся на «хорошо» и «отлично», более 40% принимают активное участие в научно-исследовательской деятельности, включая участие в программах академической мобильности; с 2014 года студенты кафедры входят в число призеров и победителей всероссийской предметной олимпиады; десятки наград победителей Всероссийского конкурса студенческих работ в области связей с общественностью, рекламы и медийных технологий «Хрустальный Апельсин» украшают портфолио кафедры.

Реализация ООП бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью» в национальном исследовательском Томском государственном университете обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом каждого обучающегося в течение всего периода обучения к электронной информационно-образовательной среде НИ ТГУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории НИ ТГУ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда НИ ТГУ обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда НИ ТГУ должна дополнительно обеспечивать:

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

проведение всех видов учебных занятий, процедур оценки результатов обучения,

реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

4.4. Перспективы трудоустройства выпускников ОПОП

Особенность социального заказа регионального рынка труда на подготовку специалистов в области социальных коммуникаций обусловлена исторически сложившейся развитой научно-образовательной инфраструктурой региона, имеющего статус особой экономической зоны технико-внедренческого типа. Учитывая приоритетные задачи долгосрочного социально-экономического развития Томской области (реализация проекта «большой университет» в Томске; формирование позитивного имиджа региона и города с целью привлечения инвесторов и туристов; дальнейшее развитие технико-внедренческой зоны с соответствующей информационно-коммуникативной средой; развитие малого, среднего и крупного бизнеса, нуждающегося в эффективном брендинге, постоянной рекламе и условиях, обеспечивающих цивилизованную конкуренцию; создание образовательных и бизнес-структур инновационного типа на базе электронных социальных сетей и др.), бакалавры по обозначенным профилям будут представлять большой интерес для региональных работодателей.

Потребность Томской области в бакалаврах рекламы и связей с общественностью обусловлена самой её ориентацией «на инновации». Внедрение моделей управления инновационным развитием территорий в условиях коммуникативно-организованной общественной практики неизбежно предполагает использование профессиональных коммуникативных технологий, обеспечивающих взаимодействие бизнеса, власти, науки и общественности. Особо стоит отметить, что национальный исследовательский Томский государственный университет уже почти десять лет осуществляет подготовку компетентных и конкурентно способных бакалавров для авторской, проектной, технологической и других видов коммуникативной деятельности, предметом которых является система «новых медиа» (Интернет-версии традиционных СМИ, новостные Интернет-порталы, Интернет-издания, блоггинг («гражданская журналистика»), социальные сети и проч.), необходимая для эффективной работы с электронной общественностью – потенциальными и реальными потребителями и клиентами, партнерами, инвесторами, СМИ, различными государственными, коммерческими и некоммерческими организациями. Учитывая стремительное проникновение возможностей сети Интернет в повседневную российскую (и томскую) действительность, значение подготовки специалистов, обладающих компетенциями работы со всемирной «паутиной», трудно переоценить.

5. Кадровый состав реализации ОПОП

Реализация основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками НИ ТГУ, а также лицами, привлекаемыми к реализации ОПОП на условиях гражданско-правового договора.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу бакалавриата, составляет 94 %.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и

признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, присвоенное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих настоящую ОПОП, не менее 60 %.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа действующих руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих настоящую ОПОП, составляет 12 %.

Общее руководство научным содержанием программы бакалавриата «Работа с социальными медиа» осуществляется заведующей кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ, доктором философских наук и кандидатом педагогических наук, доцентом Кужелевой-Саган Ириной Петровной. За последние 5 лет руководитель программы участвовала в реализации следующих научно-исследовательских проектов, непосредственно связанных с направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» и профилем подготовки «Работа с социальными медиа»: «Научное знание о связях с общественностью: философский анализ»; «Транспективная модель пиарологии как вариант постнеклассического видения научного знания о связях с общественностью»; «Цифровой имидж»; «Имидж как коммуникативно-управленческий феномен»; «Общество-Сеть: эволюция понятий»; «Онтология, антропология и семиотика цифрового кочевничества»; «Бизнес-коммуникации в условиях цифрового кочевничества»; «Молодежь в сетевом информационно-коммуникативном обществе: зарубежные подходы к изучению проблемы»; «Поколение Y как субъект электронных коммуникаций и объект имиджевого управления»; «Дизайн и PR как способы формирования доверия к Интернет-сервисам»; «Возможности новых медиа в развитии инновационного потенциала молодежи»; «Эволюция Facebook: от социальной сети к многоцелевой коммуникативной платформе (критический анализ)»; «Исследование и развитие потенциала одаренности, инновационности и самореализации современной молодежи в условиях модернизации экономики и социальной сферы»; «Виртуальная этнонациональная идентичность мигранта в зеркале российских социальных сетей» (грант РГНФ); «От симпатии к лайкингу, от любви к вирту, от дружбы к френдингу, от вражды к троллингу, от приверженности к фолловингу: региональный аспект трансформации фреймов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве социальных сетей (на материале анализа коммуникаций нового сетевого поколения студенческой молодежи г. Томска)» (грант РГНФ) и др.

Доцент И.П. Кужелева-Саган за последние 5 лет имеет более 20 публикаций по результатам своей научно-исследовательской и учебно-методической работы в ведущих отечественных и зарубежных рецензируемых научных журналах (индекс Хирша – 4); а также ряд научно-публицистических статей в общественно-политических периодических изданиях по результатам осуществляемой ею PR-консалтинговой деятельности. Апробация результатов научно-исследовательской деятельности руководителя программы осуществлялась более, чем на 10 национальных и международных научных и научно-практических конференциях.

6. Механизм оценки качества подготовки обучающихся по ОПОП

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки и внешней оценки на добровольной основе. В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по настоящей ОПОП студентам предоставлена возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы преподавателей. Механизм внутренней системы оценки качества образовательной деятельности устанавливается в ОПОП бакалавриата и включает в себя: оценку удовлетворенности обучением, контроль остаточных знаний и др.

Оценка качества освоения ОПОП бакалавриата обучающимися включает текущий

контроль успеваемости, промежуточную аттестацию студентов и государственную итоговую аттестацию. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине (модулю) и практике определяются ОПОП бакалавриата (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) и доводятся до сведения обучающихся в сроки, определяемые локальными нормативными актами НИ ТГУ

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП бакалавриата осуществляется работодателями с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающих требованиям профессиональных стандартов, требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля. Работодатели имеют возможность оценить качество подготовки выпускников в ходе промежуточной аттестации по отдельным дисциплинам программы бакалавриата, а также в процессе участия в процедуре государственной итоговой аттестации, что отражается в тексте заключения председателя государственной аттестационной комиссии.

7. Воспитательная работа с обучающимися.

Реализация образовательной деятельности по образовательной программе предусматривает создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей, принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, общества и государства. Воспитательная работа направлена на формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде. Воспитательная работа осуществляется в соответствии рабочей программой (Приложение А).

Руководитель ОПОП



подпись



расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Начальник ОСОП



подпись

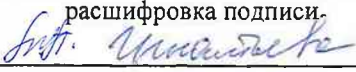


расшифровка подписи

Начальник УУ



подпись



расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

 Д.Ю. Баланев

«27» октября 2022 г.

Рабочая программа воспитания на период 2021 - 2024 гг.

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Работа с социальными медиа

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
Очная

Томск – 2022

1. Общие положения.

Рабочая программа воспитания (далее - программа) разработана на период реализации основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП) высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», Направленность (профиль) «Работа с социальными медиа» очной формы обучения и является её составной частью. Программа определяет собой комплекс ключевых характеристик системы воспитательной работы (принципы, методологические подходы, цель, задачи, направления, формы, средства и методы воспитания, планируемые результаты и др.) применительно к особенностям Национального исследовательского Томского государственного университета (далее - НИ ТГУ) в целом и соответствующего направления подготовки «Реклама и связи с общественностью». Программа разработана на основе рабочей программы воспитания НИ ТГУ и реализуется за рамками расписания учебных занятий на факультете психологии в соответствии с календарным планом воспитательной работы НИ ТГУ.

2. Особенности организуемого воспитательного процесса.

Воспитательный процесс в НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» организован на основе настоящей программы, сформированной на период 2020 - 2024 гг., и базируется на следующих традициях профессионального воспитания:

- гуманистический характер воспитания и обучения;
- приоритет общечеловеческих ценностей, жизни и здоровья человека, свободного развития личности;
- воспитание гражданственности, трудолюбия, уважения к правам и свободам человека, любви к окружающему миру, Родине, семье;
- развитие национальных и региональных культурных традиций в условиях многонационального государства;
- демократический государственно-общественный характер управления образованием.

Основные традиции воспитания в НИ ТГУ неразрывно связаны с реализацией базовых принципов, лежащих в основе целевой модели университета:

- взаимная ответственность и уважение обучающихся и обучающихся как следствие принципа классичности;
- стремление к познанию основных закономерностей функционирования и развития человека, общества и природы как следствие принципа фундаментальности;
- толерантность и готовность к обновлению как следствие принципа открытости.

Специфика данной образовательной программы связана с социализацией личности студента. Она проявляет себя в различных аспектах коммуникации личности с окружающей средой.

3. Принципы воспитания.

Организация воспитательной работы и реализация настоящей программы осуществляются в соответствии со следующими принципами:

- системности и целостности, учета единства и взаимодействия составных частей воспитательной системы НИ ТГУ (содержательной, воспитательной и организационной);
- приоритета ценности здоровья участников образовательных отношений, социально-психологической поддержки личности и обеспечения благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- воспитание в контексте профессионального образования и государственной молодежной политики;
- культуросообразности образовательной среды, ценностно-смыслового наполнения, содержания воспитательной системы и организационной культуры в НИ ТГУ, гуманизации воспитательного процесса;
- субъект-субъектного взаимодействия в системах «обучающийся – обучающийся», «обучающийся – академическая группа», «обучающийся - преподаватель», «преподаватель -

академическая группа», «обучающийся – орган студенческого самоуправления»;

- приоритета инициативности, самостоятельности, самореализации обучающихся в учебной и внеучебной деятельности, социального партнерства в совместной деятельности участников образовательного и воспитательного процессов;

- соуправления как сочетания административного управления и студенческого самоуправления, самостоятельности выбора вариантов направлений воспитательной деятельности в НИ ТГУ;

- информированности, полноты информации, информационного обмена, учета единства и взаимодействия прямой и обратной связи между субъектами взаимодействия;

- учета социально-экономических, культурных и других особенностей региона.

4. Методологические подходы к организации воспитательной работы.

В основу программы положен комплекс методологических подходов, включающий: аксиологический (ценностно-ориентированный), системный, системно-деятельностный, культурологический, проблемно-функциональный, научно-исследовательский, проектный, ресурсный, здоровьесберегающий, информационный. Содержание названных подходов раскрывается в рабочей программе воспитания НИ ТГУ.

5. Цель и задачи воспитания.

Целью воспитательной работы является создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачами воспитательной работы в НИ ТГУ выступают:

- развитие мировоззрения и актуализации системы базовых ценностей личности;

- приобщение студенчества к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям;

- воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности как важнейшей черты личности, проявляющейся в заботе о своей стране, сохранении человеческой цивилизации;

- воспитание положительного отношения к труду, развитие потребности к творческому труду, воспитание социально значимой целеустремленности и ответственности в деловых отношениях;

- обеспечение развития личности и ее социально-психологической поддержки, формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности;

- выявление и поддержка талантливой молодежи, формирование организаторских навыков, творческого потенциала, вовлечение обучающихся в процессы саморазвития и самореализации;

- формирование культуры и этики профессионального общения;

- воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде;

- повышение уровня культуры безопасного поведения;

- развитие личностных качеств и установок (ответственности, дисциплины, самоменеджмента), социальных навыков (эмоционального интеллекта, ориентации в информационном пространстве, скорости адаптации, коммуникации, умения работать в команде) и управленческими способностями (навыков принимать решения в условиях неопределенности и изменений, управления временем, лидерства, критического мышления).

6. Воспитывающая (воспитательная) среда НИ ТГУ.

Воспитывающая (воспитательная) среда – это среда созидательной деятельности,

общения, разнообразных событий, возникающих в них отношений, демонстрации достижений.

Среда НИ ТГУ рассматривается как территориально и событийно ограниченная совокупность влияний и условий формирования личности, выступает фактором внутреннего и внешнего психосоциального и социокультурного развития личности.

При реализации программы применяются следующие технологии:

- здоровьесберегающие;
- инклюзивные;
- портфолио;
- кейс-технологии;
- дистанционные образовательные технологии;
- smart-технологии.

7. Основные направления воспитательной деятельности и воспитательной работы:

- становление личности в духе патриотизма и гражданственности;
- социализация и духовно-нравственное развитие личности;
- бережное отношение к живой природе, культурному наследию и народным традициям;
- воспитание у обучающихся уважения к труду и людям труда, трудовым достижениям;
- развитие социального партнерства в воспитательной деятельности образовательной организации.

8. Приоритетные виды деятельности обучающихся в системе воспитательной работы):

- учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность;
- досуговая, творческая и социально-культурная деятельность по организации и проведению значимых мероприятий;
- вовлечение обучающихся в профориентацию, дни открытых дверей;
- проектная деятельность;
- волонтерская (добровольческая) деятельность;
- студенческое международное сотрудничество;
- вовлечение обучающихся в предпринимательскую деятельность;
- деятельность студенческих объединений.

9. Формы и методы воспитательной работы.

При реализации данной ОПОП осуществляются следующие **формы** воспитательной работы:

– по количеству участников – индивидуальные (субъект-субъектное взаимодействие в системе преподаватель-обучающийся); групповые (творческие коллективы, спортивные команды, клубы, кружки по интересам и т.д.), массовые (фестивали, олимпиады, праздники, субботники и т.д.);

– по целевой направленности, позиции участников, объективным воспитательным возможностям – мероприятия, игры;

– по времени проведения – кратковременные, продолжительные, традиционные;

– по видам деятельности – трудовые, спортивные, научные, общественные;

– по результату воспитательной работы – социально-значимый результат, информационный обмен.

К числу используемых **методов** воспитательной работы относятся:

– методы формирования сознания личности (беседа, диспут, внушение, инструктаж, контроль, объяснение, пример, разъяснение, рассказ, самоконтроль, совет, убеждение и др.);

– методы организации деятельности и формирования опыта поведения (задание, общественное мнение, педагогическое требование, поручение, приучение, создание воспитывающих ситуаций, кейс-стади, упражнение и др.);

– методы мотивации деятельности и поведения (одобрение, поощрение социальной

активности, порицание, создание ситуаций успеха, создание ситуаций для эмоционально-нравственных переживаний, соревнование и др.).

10. Ресурсное обеспечение программы воспитания.

Ресурсное обеспечение реализации программы включает в себя:

- нормативно правовое обеспечение;
- кадровое обеспечение;
- финансовое обеспечение;
- информационное обеспечение;
- научно-методическое и учебно-методическое обеспечение;
- материально-техническое обеспечение.

10.1. Нормативно-правовое обеспечение.

Содержание нормативно-правового обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

- рабочую программу воспитания в НИ ТГУ;
- настоящую программу;
- календарный план воспитательной работы НИ ТГУ на учебный год;
- примерные трудовые функции организаторов воспитательной деятельности в системе воспитательной работы НИ ТГУ;
- Положение о Совете обучающихся НИ ТГУ, Положение о профсоюзной организации НИ ТГУ.

10.2. Кадровое обеспечение.

Содержание кадрового обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

- управление социальной и молодежной политики;
- управление музейной деятельностью;
- заместителя декана по воспитательной работе;
- кураторов академических групп и студенческих сообществ;
- центр культуры ТГУ;
- спортивный клуб ТГУ;
- центр развития современных компетенций детей и молодежи им. Д.И. Менделеева;
- образовательные программы ДПО, направленные на повышение квалификации и профессиональную переподготовку организаторов воспитательной деятельности и управленческих кадров по вопросам воспитания обучающихся.

10.3. Финансовое обеспечение.

Содержание финансового обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

- финансовое обеспечение реализации ОПОП и данной программы как её компонента в объеме не ниже установленных Минобрнауки России базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для бакалавриата по соответствующему направлению подготовки;

– средства на оплату труда заместителя директора института по воспитательной работе, кураторов академических групп и студенческих объединений, а также на повышение квалификации и профессиональную переподготовку организаторов воспитательной деятельности и управленческих кадров по вопросам воспитания обучающихся.

10.4. Информационное обеспечение.

Содержание информационного обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

- размещение на сайте факультета настоящей программы и календарного плана воспитательной работы на учебный год;
- информирование обучающихся и научно-педагогических работников о запланированных и прошедших мероприятиях и событиях воспитательной направленности;

10.5. Научно-методическое и учебно-методическое обеспечение.

Содержание научно-методического и учебно-методического обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

– наличие научно-методических, учебно-методических и методических пособий как условия реализации ОПОП, настоящей программы и календарного плана воспитательной работы;

– учебно-методическое обеспечение воспитательного процесса соответствует требованиям к учебно-методическому обеспечению ОПОП.

10.6. Материально-техническое обеспечение.

Содержание материально-технического обеспечения как ресурсного обеспечения воспитательной деятельности и воспитательной работы включает:

– технические средства обучения и воспитания, соответствующие цели, задачам, видам, формам, методам, средствам и содержанию воспитательной деятельности;

– материально-техническое обеспечение воспитательного процесса соответствует требованиям к учебно-методическому обеспечению ОПОП.

11. Инфраструктура НИ ТГУ, обеспечивающая реализацию программы.

1. Конференц-залы НБ ТГУ, концертный и танцевальный залы Центра культуры ТГУ, специализированные спортивные залы спортивного корпуса и стадион ТГУ на Московском тракте, Музейный комплекс НИ ТГУ, территория Университетской рощи, тропа Здоровья Ботанического сада ТГУ, Учебно-оздоровительный центр ТГУ п. Киреевск.

2. К особым элементам инфраструктуры, характерным для данной ОПОП, относятся: Парк социогуманитарных технологий ТГУ, Центр социально-профессионального волонтерства ТГУ «UNIVOL», «PR-комиссия Первичной Профсоюзной организации студентов ТГУ (PR-комиссия ППОС ТГУ)», Культурно-массовая комиссия Первичной профсоюзной организации студентов ТГУ.

12. Социокультурное пространство. Сетевое взаимодействие с организациями, социальными институтами и субъектами воспитания.

1. Город Томск является научно-образовательным и культурным центром Сибири с уникальной деревянной архитектурой. В городе имеются три драматических театра («Версия», областной и камерный), театр юного зрителя, куклы и актёра, театр «Скоморох».

В городе имеются большой, камерный и органнй концертные залы филармонии, концертные залы при учебных заведениях, дворцы и дома культуры, клубы, два дома учёных (городской и Академгородка), кинотеатры, дворец зрелищ и спорта. Кроме того, есть летние концертные площадки в Городском саду, на Белом озере, нижней террасе Лагерного сада, и другие заведения, пригодные для досуга. В Томске сформированы также симфонический оркестр, хоровая капелла, имеются центры национальной культуры.

В Томске действуют краеведческий и художественный музеи, Томский музей деревянного зодчества, Музей истории Томска, мемориальный музей «Следственная тюрьма НКВД», музеи при вузах (в частности, в ТГУ: истории ТГУ, археологии и этнографии, гербария, книги, минералогический, палеонтологический, зоологический), Сибирский ботанический сад и др.

В Томске очень большое количество памятников, некоторые достаточно удивительны и неординарны, авторами многих являются Леонтий Усов и Олег Кислицкий. Один из них – Памятник Чехову на набережной – является визитной карточкой Томска. К достопримечательностям Томска относится и Университетская роща. В роще установлены «каменные бабы», созданные в первом тысячелетии нашей эры и доставленные в Томск первыми научными экспедициями Томского университета более ста лет назад.

В Томске развиты такие спортивные направления, как баскетбол, волейбол, альпинизм и спортивный туризм, лыжные виды спорта, подводное плавание, шахматы, танцевальный спорт. Имеется несколько стадионов (в том числе стадион ТГУ), бассейны, в том числе бассейн ТГУ,

спортивные площадки и залы. В Томске расположен спортивный клуб аквалангистов ТГУ «Скат».

2. Перечень организаций и социальных институтов, выступающих в качестве партнеров НИ ТГУ в проведении воспитательной работы с обучающимися по данной ОПОП:

– спортивные секции и клубы: Клуб аквалангистов «СКАТ», Альпинистский клуб, Клуб горного туризма «Берендей», Шахматный клуб ТГУ, Клуб карате-до «Агат», ШБТ Твист, Студия танца «Жемчужина» ТГУ;

– молодежные организации: профсоюзная организация студентов, IT-science-club; «PR-комиссия Первичной Профсоюзной организации студентов ТГУ»;

– средства массовой информации: Alma Mater, ИРО ТГУ, Пресс Центр ТГУ, Медиа Центр ТГУ;

– книжные издательства: издательство ТГУ;

– библиотеки, музеи, дома и дворцы культуры и творчества: музейный комплекс ТГУ (музей истории ТГУ, археологии и этнографии, гербария, книги, минералогический, палеонтологический, зоологический), Сибирский Ботанический сад, Краеведческий музей, Первый музей славянской мифологии, Пушкинская библиотека, культурно-досуговый центр «Факел»;

– театры, кинотеатры, концертные учреждения: Центр культуры ТГУ, Бизнес-инкубатор, Томский областной театр Драмы, Театр юного зрителя; Томская областная государственная филармония;

– волонтерская организация ТГУ, Центр социально-профессионального волонтерства UNIVOL;

- Парк социогуманитарных технологий ТГУ;

- МАОУ «Томский хобби-центр»;

- АНО Ресурсный центр «Согласие»;

-Томская региональная общественная организация «Агентство содействия молодой семье «Эгида»;

- Центр дополнительного образования «Планирование карьеры» г. Томска;

– сетевые сообщества: <https://vk.com/univoltsu>, https://vk.com/psy_tsu,
https://www.instagram.com/fp_tsu/, <https://vk.com/studvesnarsm>, <https://vk.com/rosmolodez>,
<https://vk.com/dobroinrussia>, https://vk.com/rso_tomsk, <https://vk.com/sportclubtsu>,
<https://vk.com/ycenter>, https://vk.com/pos_tsu, <https://vk.com/tomskuniversity>,
https://vk.com/prcom_tsu и др.

13. Планируемые результаты воспитания.

Результатами воспитательной деятельности является участие в формировании универсальных компетенций ОПОП.

Составители:


канд. психол. наук,

доцент кафедры общей и педагогической психологии

 Э.А. Щеглова

д-р филос. наук,

профессор кафедры социальных коммуникаций

 И.П. Кужелева-Саган

Программа одобрена на заседании одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии (УМК ФП), протокол от 02.09.2021, № 1.