

Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»  
(ГОУ ВПО «КНАГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор ГОУ ВПО «КНАГТУ»

\_\_\_\_\_ А.Р. Куделько  
(подпись) (Ф.И.О.)

«\_26\_» февраля 2009 г.

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
высшего профессионального образования

Направление подготовки (специальность):

032401.65 - «Реклама»

ГОС ВПО программы утвержден приказом Министерства образования  
Российской Федерации от 14.03.2000 № 41 мжд/сп.

Квалификация (степень) выпускника	Специалист по рекламе
Нормативный срок обучения по очной форме	5 лет
Форма обучения	очная
Базовое образование	среднее (полное) общее образование или среднее профессиональное образование
Срок обучения	5 лет
Технология обучения	традиционная

Комсомольск-на-Амуре 2009

Основная образовательная программа обсуждена и одобрена на заседании кафедры «Культурология» (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2009 года

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Т.А.Чебанюк  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2009 года

СОГЛАСОВАНО

Декан ФКИСО \_\_\_\_\_ И.В.Коньрева

(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2009 года

Основная образовательная программа рассмотрена, одобрена и рекомендована к использованию методической комиссией ФКИСО

Председатель методической комиссии

\_\_\_\_\_ А.А.Иванов  
(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2009 года

## Содержание

1. Общие сведения о программе.....	4
2. Специализации подготовки выпускников.....	5
3. Характеристика профессиональной деятельности выпускников.....	5
3.1. Области профессиональной деятельности.....	5
3.2. Объекты профессиональной деятельности.....	6
3.3. Виды профессиональной деятельности.....	6
3.4. Основные профессиональные задачи, подлежащие решению выпускниками, освоившими образовательную программу.....	6
4. Требования к результатам освоения образовательной программы.....	8
4.1. Требования государственного образовательного стандарта (ГОС ВПО).....	8
4.2. Региональные требования (требования работодателей).....	8
5. Примерные планы реализации основной образовательной программы (ООП).....	9
5.1. Примерный учебный план ООП.....	9
5.2. Бюджет времени ООП.....	13
6. Рабочие учебные программы дисциплин.....	14

## 1. Общие сведения о программе

Настоящая основная образовательная программа высшего профессионального образования (ООП ВПО) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ГОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет» с учётом потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований на основе государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования (ГОС ВПО) по специальности 032401.65 - «Реклама».

ООП ВПО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя учебный план, аннотации учебных дисциплин, программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и другие методические материалы.

Нормативно-правовую базу разработки настоящей ООП ВПО составляли следующие документы:

- Об образовании: федеральный закон от 10.07.92 № 3266-1;
- О высшем и послевузовском профессиональном образовании: федеральный закон от 22.08.96 № 125-ФЗ;
- О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части изменения понятия и структуры государственного образовательного стандарта: федеральный закон от 01.12.07 № 309-ФЗ;
- О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (в части установления уровней высшего профессионального образования): федеральный закон от 24.12.07 № 232-ФЗ;
- Об утверждении Типового положения об образовательном учреждении высшего профессионального образования (высшем учебном заведении): постановление Правительства РФ от 14.02.08 № 71;
- Об утверждении государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования: приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 02.03.2000 № 686;

Миссия разрабатываемой ООП ВПО заключается в необходимости удовлетворения потребности в высококвалифицированных специалистах в области рекламы со стороны субъектов предпринимательской деятельности Хабаровского края.

В связи с этим целью реализации настоящей ООП ВПО является подготовка специалистов, имеющих высшее образование, деятельность которых направлена на обеспечение эффективной рекламы в соответствии с существующими и перспективными потребностями региональной экономики.

Основными задачами ООП ВПО по специальности 032401.65 - «Реклама» можно считать следующие:

- определить набор требований к выпускникам по специальности 032401.65 - «Реклама»;
- регламентировать последовательность освоения видов профессиональной деятельности;
- сформировать информационное и учебно-методическое обеспечение процесса освоения ООП ВПО подготовки специалистов по специальности 032401.65 - «Реклама»;
- определить цели, задачи и содержание дисциплин учебного плана, их место в структуре ООП ВПО;
- регламентировать критерии и средства оценки аудиторной и самостоятельной работы студентов, качества её результатов.

Нормативный срок освоения ООП ВПО по специальности 032401.65 - «Реклама» в случае использования очной формы обучения составляет 5 лет.

Трудоемкость освоения студентом ООП ВПО в соответствии с ГОС ВПО по специальности 032401.65 - «Реклама» составляет 8154 часа и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, а также все виды практик. При этом студент имеет право выбора изучать факультативную дисциплину «Военная подготовка» в объеме 450 часов.

ООП ВПО по специальности 032401.65 - «Реклама» реализуется кафедрой «Культурология» ГОУ ВПО «Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет».

## **2 Специализация подготовки выпускников**

В настоящее время на базе университета реализуется ООП 032401.65 - «Реклама» без выделения специализации. Это обусловлено спецификой регионального рынка труда, в соответствии с которой от выпускника ООП 032401.65 - «Реклама» требуется наличие знаний, умений, навыков, позволяющих выполнять все функции специалиста в области рекламы.

## **3 Характеристика профессиональной деятельности выпускников**

### **3.1 Области профессиональной деятельности**

Деятельность выпускника 032401.65 - «Реклама» направлена на обеспечение эффективной рекламы с учетом требований потребителя, отраслевой специфики и условий предпринимательской среды.

### **3.2.Объекты профессиональной деятельности**

Объектами профессиональной деятельности выпускника ООП 032401.65 - «Реклама» является все, что окружает потребителя во внешней макро- и мик-

росреде, все, что полезно для общества и что может быть подвержено рекламе с целью создания высокого имиджа фирмы (организации, личности) и коммерческой пропаганды потребительских свойств товаров и услуг с учетом потребительских предпочтений и интересов. Рекламная деятельность распространяется на сферу экономики, производства, коммерции, экологии, различных отраслей народного хозяйства, а также на сферу политики, образования, здравоохранения, культуры и искусства, включая изделия, услуги, идеи, технологии, ценные бумаги, недвижимость, природные ресурсы и т.д.

### **3.3. Виды профессиональной деятельности**

Выпускник ООП 032401.65 - «Реклама» должен быть готов к ведению профессиональной деятельности в следующих областях деятельности:

- маркетингово-рекламная;
- рекламно-управленческая;
- рекламно-торговая;
- рекламно-производственная;
- художественно-творческая;
- рекламно-информационная;
- культурно-просветительная;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- экспертно-консультационная.

### **3.4 Основные профессиональные задачи, подлежащие решению выпускниками, освоившими образовательную программу**

В результате освоения ООП ВПО 032401.65 - «Реклама» выпускник должен быть готов к решению следующих профессиональных задач:

- анализ состояния, перспективных направлений и проблем развития мирового и отечественного рынка рекламы;
- осуществление связи с общественностью;
- проведение маркетинговых исследований для рекламных целей;
- разработка рекламной политики и стратегии;
- разработка рекламных кампаний с учетом новых условий развития рынка, науки и техники и маркетинговых предпочтений потребителей;
- планирование и организация рекламной деятельности;
- создание и моделирование рекламного продукта;
- организация и управление технологическими процессами производства различных видов рекламной продукции;
- проведение рекламных кампаний и мероприятий;
- анализ и прогнозирование эффективности рекламной деятельности;
- экспертиза рекламной продукции.

#### **4. Требования к результатам освоения образовательной программы подготовки по специальности 032401.65 - «Реклама»**

##### **4.1. Требования государственного образовательного стандарта (ГОС ВПО)**

В соответствии с требованиями ГОС ВПО выпускник – специалист по рекламе – должен **знать**:

- основы гуманитарных, социально-экономических, математических и естественнонаучных дисциплин для решения профессиональных, социальных, научных и педагогических задач;
- законодательные и нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую, коммерческую и рекламную деятельность, систему налогообложения;
- основы рыночной экономики, предпринимательства и ведения бизнеса, основы делового администрирования;
- теорию и практику менеджмента, структуру управления фирмой, предприятием, учреждением и организацией, механизм инновационной и инвестиционной деятельности, основы организации делопроизводства, мотивации труда, основы законодательства о труде, правила и нормы охраны труда;
- теорию и практику маркетинга, конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, системы управления качеством товара и сбытом;
- основы социологии, общую и специальную психологию, этику делового общения;
- современные средства сбора и обработки информации, средства электронно-вычислительной техники, коммуникаций и связи;
- организацию рекламного дела, средства и носители рекламы, формы и методы разработки и ведения рекламных кампаний, порядок разработки договоров и контрактов на организацию и проведение рекламных кампаний, основы технологии производства рекламы, формы и методы работы с персоналом и клиентами, передовой и зарубежный опыт ведения рекламного дела.

**уметь**:

- организовать работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о качестве и отличительных свойствах рекламируемых товаров и услуг;
- осуществлять руководство, планирование и координацию работ по проведению рекламных кампаний, разрабатывать планы рекламных мероприятий по одному виду или группе товаров (услуг) и определять затра-

- ты на их проведение, составлять медиаплан;
- формировать рекламные стратегии с учетом изменений предпринимательской среды и мотиваций потребителей, а также перспективных направлений дальнейшего организационного развития, инновационной и инвестиционной деятельности фирмы;
  - осуществлять выбор форм и методов рекламы в средствах массовой информации, их текстового, цветового и музыкального оформления, определять конкретные носители рекламы и их оптимальное сочетание;
  - осуществлять маркетинговые исследования, изучать рынок сбыта, покупательский спрос и покупательские предпочтения с целью определения оптимального времени и места размещения рекламы, масштабов и сроков проведения рекламных кампаний, круга лиц (целевые аудитории), на которые должна быть направлена реклама, ориентируя ее на целевые группы-сегменты по покупательской способности, профессии, возрасту, полу и др.;
  - анализировать мотивации спроса на соответствующие товары и услуги, организовать изучение потребностей и предпочтений потребителей и покупателей, определять основные направления проведения рекламных мероприятий;
  - организовать разработку рекламных текстов, плакатов, проспектов, каталогов, буклетов, контролировать их качество, обеспечивать наглядность, доступность и адресность рекламы, соблюдение норм общественной морали и этики, не нарушая правил конкурентной борьбы;
  - осуществлять контроль за разработкой и реализацией договоров и контрактов по рекламированию товаров и услуг;
  - организовать связи с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации, расширение внешних контактов в целях совершенствования рекламной деятельности;
  - поддерживать необходимые связи с другими структурными подразделениями фирмы, предприятия, учреждения или организации в процессе разработки и проведения рекламных мероприятий, привлекать к решению поставленных задач консультантов и экспертов;
  - руководить сотрудниками рекламных служб, определять задачи их деятельности и должностные обязанности.

#### **4.2. Региональные требования (требования работодателей)**

По результатам опроса руководителей рекламных агентств г. Комсомольска-на-Амуре, являющихся основными работодателями для выпускников ООП 032401.65 - «Реклама», было установлено, что они должны обладать следующими дополнительными профессиональными навыками:

- профессиональными знаниями, умениями и навыками в региональной коммерческой и производственной сфере;
- стремлением к постоянному саморазвитию, повышению своей квалификации;
- умением работать с основными информационно-поисковыми и экспертными системами;

- способностями адаптироваться к условиям деятельности за пределами узко профессиональной сферы;
- способностями самостоятельно приобретать и использовать новые знания и умения;
- глубокими знаниями в области профессиональной и корпоративной этики;
- исполнительностью (дисциплинированностью);
- образованностью (широтой знаний, высокой общей культурой);
- ответственностью (чувством долга, умением держать свое слово);
- эффективностью в делах (трудолюбием, продуктивностью в работе);
- способностями к социальному взаимодействию в коллективе;
- независимостью (способностью действовать самостоятельно, решительно);
- самоконтролем (сдержанностью, самодисциплиной).

## **5. Примерные планы реализации основной образовательной программы (ООП)**

### **5.1. Примерный учебный план ООП**

Учебный план специальности 032401.65 - «Реклама» является основным документом, регламентирующим учебный процесс и соответствует ГОС и целям ООП.

Учебный план сконструирован по циклам и компонентам образовательной программы и соответствует ГОС специальности. Учебный план разработан на нормативный срок обучения – 5 лет.

Основная образовательная программа подготовки специалиста по рекламе должна предусматривать изучение студентом следующих циклов дисциплин:

- цикла общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин (ГСЭ);
- цикла общих математических и естественнонаучных дисциплин (ЕН);
- цикла общепрофессиональных дисциплин (ОПД);
- цикла дисциплин специализации (ДС);
- цикл факультативных дисциплин (ФТД).



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ГСЭ.В.02	Современная массовая культура / Культура региона	102						+					3	
ГСЭ.В.03	История массовых коммуникаций / История рекламы	100			+								3	
<b>ЕН</b>	<b>ОБЩИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИЕ И ЕСТЕСТВЕННО-НАУЧНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>700</b>												
<b>ЕН.Ф.00</b>	<b>Федеральный компонент</b>	<b>580</b>												
ЕН.Ф.01	Математика	190	+	э									3,э	
ЕН.Ф.02	Информатика	190	+	э									3,э	
ЕН.Ф.03	Концепции современного естествознания	200	+	+									3	
<b>ЕН.Р.00</b>	<b>Национально-региональный (вузовский) компонент</b>	<b>60</b>												
ЕН.Р.01	Пакеты прикладных программ	60			+								3	
<b>ЕН.В.00</b>	<b>Дисциплины по выбору студента, устанавливаемые вузом</b>	<b>60</b>												
ЕН.В.01	Экология / Работа в интернет	60			+								3	
<b>ОПД</b>	<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>3304</b>												
<b>ОПД.Ф.00</b>	<b>Федеральный компонент</b>	<b>2644</b>												
ОПД.Ф.01	Искусство	115	+	э									3,э	
ОПД.Ф.02	Литература	115	+	э									3,э	
ОПД.Ф.03	Экономическая теория	230	+	+									э	КР
ОПД.Ф.04	Статистика	140					+						э	
ОПД.Ф.05	Финансы, денежное обращение и кредит	160					+	э					3,э	
ОПД.Ф.06	Бухгалтерский учёт, аудит	214					+	+					э	
ОПД.Ф.07	Правовое регулирование рекламной деятельности	150							+	э			3,э	
ОПД.Ф.08	Менеджмент	180					+	э					3,э	
ОПД.Ф.09	Маркетинг	190					+	э					3,э	
ОПД.Ф.10	Коммерция	170					+	э					3,э	
ОПД.Ф.11	Деловое общение	170					+	+					3	
ОПД.Ф.12	Основы рекламы	290				+	+	э					3,э	КР

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
ОПД.Ф.13	Паблик рилейшнз	150							э	+			3,Э	
ОПД.Ф.14	Психология рекламной деятельности	185					э	э					Э	
ОПД.Ф.15	Социология рекламной деятельности	185					э	+					3,Э	
<b>ОПД.Р.00</b>	<b>Национально-региональный (вузовский) компонент</b>	<b>330</b>												
ОПД.Р.01	Конструирование рекламы	100								+			3	
ОПД.Р.02	Ценообразование на рынке рекламных услуг	100							+				3	
ОПД.Р.03	Художественный дизайн в рекламе	130							э	+			3,Э	
<b>ОПД.В.00</b>	<b>Дисциплины по выбору студента, устанавливаемые вузом</b>	<b>330</b>												
ОПД.В.01	Современные коммуникации и реклама / Инновационные технологии в рекламе	110							+				3	
ОПД.В.02	Рекламный менеджмент и маркетинг / Международная реклама	110							+				3	
ОПД.В.03	Деловые переговоры на иностранном языке / Иностранный язык в рекламе	110					+						3	
<b>СД.ДС</b>	<b>ДИСЦИПЛИНЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ</b>	<b>1900</b>												
<b>СД.ДС.Ф.00</b>	<b>Федеральный компонент</b>	<b>1900</b>												
СД.ДС.Ф.01	Информационные технологии в рекламе	250								+	э		3,Э	
СД.ДС.Ф.02	Массовые коммуникации и медиапланирование	350							+	+	+		Э	КР
СД.ДС.Ф.03	Разработка и технология производства рекламного продукта	400						+	+	э	э		3,Э	КР
СД.ДС.Ф.04	Речевое воздействие в рекламе	110								э			Э	
СД.ДС.Ф.05	Теория и практика создания слоганов	120								+	э		3,Э	
СД.ДС.Ф.06	Лингвистические аспекты рекламной деятельности	100							+				3	
СД.ДС.Ф.07	Семиотика рекламы	110								+			3	
СД.ДС.Ф.08	Практическая стилистика рекламного текста	130									+		3	
СД.ДС.Ф.09	Текст в рекламе различных видов	100									+		3	
СД.ДС.Ф.10	Техника копирайтинга	130									+		3	
СД.ДС.Ф.11	Креатив в рекламе	100									+		3	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
<b>ФТД.00</b>	<b>ФАКУЛЬТАТИВЫ</b>	<b>450</b>												
ФТД.01	<b>ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА</b> (военная подготовка)	<b>450</b>					+	+	+	+			3	

### 5.2. Бюджет времени ООП (в неделях)

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебная практика	Производственная практика	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
I	34	6	2			10	52
II	36	6				10	52
III	36	6	2			8	52
IV	36	6	2			8	52
V	18	3		12	11	8	52
Итого	160	27	6	12	11	44	260
		Учебная практика			2,6,8 семестры		
		Производственная практика (преддипломная)			10 семестр		
		Итоговая государственная аттестация		Итоговый междисциплинарный государственный экзамен Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	10 семестр		

Представленные учебный план и бюджет времени ООП составлены, исходя из следующих данных (в часах):

Теоретическое обучение, включая факультатив  
Практики

8154 часа;  
756 часов;  
8910 часов.

Итого:

