

**Межгосударственная образовательная организация высшего
образования**

«Российско-Армянский университет»



Утверждено УС РАУ

Ректор

Сандоян Э. М.

«15» март 2026, протокол № 9

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и связи с общественностью

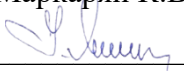
Форма обучения: очная

Программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО № 512 от 8 июня 2017 г.

Согласовано:

Директор Института Медиа, Рекламы и Кино

Маркарян К.В.


(подпись)

ВрИО заведующего Кафедрой Креативных Индустрий

Кеворкова Н.И.


(подпись)

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

1.1 Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП), реализуемая Межгосударственной образовательной организацией высшего образования «Российско-Армянский университет» по направлению подготовки **«42.03.01 Реклама и связи с общественностью»**.

ОПОП соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки бакалавриат **«42.03.01 Реклама и связи с общественностью» (утвержден №512 от 08.06.2017 г.)**

Образовательная программа бакалавриат осуществляется в очной форме.

Срок получения образования по программе составляет 4 года.

Объем программы бакалавриата составляет - 240 зачетных единиц.

2. Содержание программы

Образовательная программа 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВО). ОП включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие соответствующей образовательной технологии.

В условиях глобальных миграционных процессов и изменения геополитических векторов критически важным становится умение выстраивать диалог между различными социальными, этническими и культурными группами. Настоящим вызовом для бизнеса, государственных институтов и некоммерческого сектора стал дефицит доверия и фрагментация аудитории.

Программа формирует у студентов высокую межкультурную компетентность, эмпатию и этическую ответственность, что позволяет предотвращать коммуникативные конфликты и создавать социально значимые проекты.

В связи с этим актуальность программы подготовки по направлению «Реклама и связи с

общественностью» заключается в подготовке коммуникационных лидеров, которые видят организацию как единую систему и способны выстраивать гармоничные, эффективные и этичные связи со всеми целевыми аудиториями — от конечного потребителя и собственного сотрудника до органов государственной власти и мирового сообщества в целом. Специфика программы — в переходе от «производства контента» к «управлению взаимоотношениями».

Цель ОП Реклама и связи с общественностью в области качества - подготовка элитных профессиональных кадров, обладающих развитым стратегическим мышлением, лидерскими качествами и системными компетенциями, способных проектировать, реализовывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий любого уровня сложности в условиях высокотехнологичной и динамичной цифровой среды.

Задачами являются:

- Обеспечить фундаментальными знаниями в области истории, психологии и социологии, массовых и межкультурных коммуникаций, современных информационных технологий, семиотики.
- Сформировать прикладные навыки работы с инструментами аналитики, рекламы, системами мониторинга и графическими пакетами.
- Обучить методологиям управления проектами, бюджетированию, медиапланированию и технологиям эффективного командного взаимодействия.
- Развить способность самостоятельно проводить качественные и количественные исследования рынка, аудитории и конкурентов с применением современных социологических и маркетинговых методов.
- Сформировать устойчивое понимание правовых границ профессии (законодательство о рекламе, СМИ, интеллектуальной собственности, информационной безопасности) и этических кодексов профессионального коммуникатора.

Образовательная программа декларирует безоговорочный приоритет качества образовательных услуг и отличается постоянным ростом стандартов обучения, оптимизацией внутренних процессов, студентоцентрированный подход при помощи превентивного выявления и удовлетворения образовательных запросов студентов, минимизации рисков рекламаций и жалоб со стороны обучающихся через развитие прозрачных каналов обратной связи, максимизации удовлетворенности.

2.1. Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (специалитета, магистратуры), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06	Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)
----	---

11	Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)
.....	сфера рекламы и связей с общественностью

2.2. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский;
- редакторский;
- проектный;
- маркетинговый;
- организационный;
- социально-просветительский;
- технологический.

2.3 В рамках освоения программы бакалавриата (специалитета, магистратуры) входят учебная и производственная практики:

- Типы учебной практики: профессионально-ознакомительная практика.
- Типы производственной практики: профессионально-творческая практика; преддипломная практика.

2.4 В блок Государственной итоговой аттестации могут входить:

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена,
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения программы бакалавриата определены в Приложении 1 к ООП

Стратегическая цель ОП 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью бакалавриата заключается в гармоничном развитии личностных качеств будущих специалистов, а также в формировании устойчивого кластера компетенций, необходимых для успешной интеграции в индустрию коммуникаций:

- Универсальные компетенции (Soft Skills): развитие системного и критического мышления, лидерского потенциала, навыков командной работы, межкультурного взаимодействия и тайм-менеджмента.
- Общепрофессиональные и профессиональные компетенции (Hard Skills): глубокое освоение технологий создания коммуникационного контента,

медиапланирования, стратегического управления брендами и цифровой аналитики.

Образовательная программа устанавливает профессиональные компетенции (ПК), указанные в Приложении 1.

Приложение 1

[illegible]

	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
Государственное регулирование рекламной деятельности	+									+		+														
Основы Российской государственности					+																					
Деловое общение, роль лидера и социальное взаимодействие людей в командной работе	+	+	+			+									+		+									
Русский язык и культура речи				+																						
Армянский язык профессионального общения				+																						
Элективные курсы по физической культуре							+																			
Курсовая работа	+	+		+		+																				
История Армении					+																					
Мастерство копирайтинга и особенности рекламных текстов				+																+		+				
Цифровой (Digital) маркетинг		+																+	+		+				+	
Основы медиапланирования в рекламе и СО	+	+																	+			+			+	
Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)		+																		+					+	
Современный дизайн и компьютерная графика		+																		+				+		
Креатив в рекламе и СО		+																		+					+	
Фотомастерство		+																						+		
Корпоративная культура			+		+																					+
История и актуальные проблемы журналистики	+				+																					
Стратегия личностно – профессионального развития					+				+																	
Внемедийные коммуникации																				+					+	+
Планирование и реализация кампании по рекламе и СО																			+	+	+				+	
Рекламные средства и их применение		+		+																						
Маркетинговые проекты на армянском рынке					+													+	+	+						
Управление продажами (на английском языке)		+		+																+						

	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
Управление продажами (на русском языке)		+		+																+						
Основы разработки коммуникационного продукта		+																		+		+			+	
Теория и практика брендинга		+			+															+					+	
Брендменеджмент		+			+														+				+			+
Брендинг территорий					+			+										+	+					+		+
Ивент менеджмент					+																	+	+			+
Технология малобюджетной рекламы		+							+	+									+						+	
Искусство ведения бизнеса		+																					+			
Учебная практика (профессионально - ознакомительная практика)	+	+	+	+	+		+	+													+					
Производственная практика (профессионально - творческая практика)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+	+
Производственная практика (преддипломная практика)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+								+	+	+	+	+	+	+	+	+
Государственный экзамен	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Защита выпускной квалификационной работы	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
История Армении (для иностранных граждан)					+																					
Армянский язык (слабая группа)				+																						