Брендинговое агентство
DDC.Group
г. Санкт-Петербург
« 12 » 04 2022 года

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе», реализуемую в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации» (ФГБОУ ВО СПБГУ ГА)

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО, образовательная программа) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» представляет собой комплекс учебно-методических документов, разработанных и утвержденных ФГБОУ ВО СПбГУ ГА в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г., с учетом потребностей рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти и соответствующих отраслевых требований.

В ОПОП представлена характеристика направления подготовки, цели, области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную

деятельность (выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность в следующих областях:

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.), объекты, типы задач профессиональной деятельности, перечень задач и компетенций в соответствии с направлением подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилем «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе». ОПОП ВО включает общую характеристику образовательной программы, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации, а также оценочные средства и методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательных технологий в ФГБОУ ВО СПбГУ ГА.

Структура программы отражена в учебном плане и включает в себя:
Блок 1.Дисциплины (модули) ;
Блок 2.Практики;
Блок 3.Государственная итоговая аттестация;

Блок 1.Дисциплины (модули) содержит обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений . В обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы реализуются дисциплины по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности, по физической культуре и спорту (2 з. е.). Также реализуются обязательные для

освоения элективные дисциплины по физкультуре и спорту в объеме 390 академических часов, которые не включаются в объем ОПОП ВО.

Объем реализуемых факультативных дисциплин составляет 144 академических часа и не включается в объем программы бакалавриата. Дисциплины учебного плана по рецензируемой ОПОП ВО формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО. Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включённые в план дисциплины раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день проблем, таких как особенности развития современного авиабизнеса, отраслевые особенности управления данным сектором бизнеса, специфику осуществления государственной поддержки авиапредприятий и авиакомпаний. Структура учебного плана в целом логична и последовательна.

Содержание рабочих программ всех дисциплин полностью соответствует наименованию дисциплины и современному уровню развития науки и производства в соответствующей предметной области. Распределение учебных часов осуществлено согласно учебному плану.

Разработанная ОПОП ВО предлагает практически ориентированную подготовку обучающихся. Включённые в план дисциплины раскрывают сущность актуальных задач в области рекламы и связей с общественностью, стоящих перед транспортной отраслью (сферой бизнеса).

Блок 2. Практики. Учебным планом предусмотрены учебная (профессионально-ознакомительная практика), производственная (профессионально-творческая практика), производственная (преддипломная практика) практики, направленные на обеспечение непрерывности и последовательности овладения обучающимися профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника. Качество реализации рабочих программ практик подтверждают отзывы руководителей практик. Содержание программ практик

свидетельствует об их профессионально-практической ориентации на решение задач профессиональной деятельности в соответствии с видами деятельности, на которые ориентирована образовательная программа. Выбранные образовательным учреждением виды профессиональной деятельности в подготовке выпускников, способных к решению профессиональных задач в конкретной профессиональной области, соответствуют профилю ОПОП ВО, а также потребностям авиатранспортной отрасли (авиабизнеса).

Для подготовки обучающихся данной ОПОП ВО привлекаются высококвалифицированные преподаватели и ведущие представители отрасли (4 человека). Общая численность преподавателей, привлекаемых к реализации ОПОП ВО, составляет 33 человека, из них лиц с учёными степенями и учёными званиями 22 человека, что составляет 68%. Доля штатных преподавателей составляет 90 %. Базовое образование преподавателей соответствует профилю преподаваемых дисциплин.

Реализуемая ОПОП ВО обеспечена учебной и учебно-методической литературой. В университете активно функционирует электронная информационно-образовательная среда.

Блок 3.Государственная итоговая аттестация. Она включает в себя подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты выпускной квалификационной работы и является завершающим этапом оценки всех знаний, умений и навыков, полученных в результате освоения ОПОП ВО в полном соответствии с видами профессиональной деятельности выпускника.

Тематика работ максимально приближена к задачам в профессиональной области и соответствует направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».

Задания на выпускную квалификационную работу индивидуальны и направлены на стимулирование самостоятельной работы выпускника по

закреплению своих знаний, умений и навыков при решении конкретной отраслевой задачи.

Анализ рабочих программ дисциплин, практик, государственной итоговой аттестации, размещённых в электронной информационно-образовательной среде показал, что в ней представлены рабочие программы всех заявленных дисциплин и практик, программа государственной итоговой аттестации.

При реализации ОПОП ВО используются разнообразные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: вопросы и типовые задания для практических занятий. Это позволяет сделать вывод, что они соответствуют видам профессиональной деятельности, однозначно описывают процедуру аттестации, позволяют оценить сформированность УК, ОПК и ПК и компетентностную модель выпускника по ОПОП ВО.

В целом следует отметить, что рецензируемая образовательная программа носит актуальный характер, согласована с работодателями и при реализации профиля направлена на профессиональную подготовку активного, конкурентоспособного выпускника (руководителя) нового поколения, знакомого с современными технологиями рекламы и связей с общественностью для организаций воздушного транспорта и других сфер деятельности, умеющих:

- организовывать в конкурентной среде информационно- аналитическое обеспечение функционирования бизнес-процессов авиапредприятий.
- формировать принципы, методы и процедуры составления бизнес-планов, контент-программ, рекламных и коммуникационных компаний по продвижению организаций в сфере авиабизнеса для целевых и иных аудиторий.
- реализовывать профессиональные задачи повышенной сложности в области медиаменеджмента и маркетинга с использованием социологического инструментария, технологий рекламы и связей с

общественностью, медиа-аналитики в области коммуникационных стратегий, SEO и SMM, антикризисных стратегий в российских авиакомпаниях и аэропортовых предприятиях.

- взаимодействовать со СМИ и иными источниками информации для защиты репутации, создания паблисити, формирования и продвижения имиджа авиакомпаний и аэропортовых предприятий.

В целом следует отметить, что рецензируемая образовательная программа по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» имеет высокий уровень материально-технического и учебно-методического обеспечения её реализации.

Для организации учебного процесса предусмотрено использование учебных аудиторий для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованых специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащих для представления учебной информации большой аудитории; аудиторий, оснащенных мультимедийной системой; компьютерные классы с установленными лицензионными операционными системами.

Для организации самостоятельной работы обучающихся используется библиотечный фонд университета, отдельные аудитории. Читальный зал и аудитории для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

В электронной информационно - образовательной среде Университета представлены: электронные портфолио всех обучающихся по направлению подготовки , включающие в себя работы обучающихся, рецензии и оценки на эти работы, результаты промежуточной аттестации и результаты освоения основной образовательной программы обучающимися и основные

достижения в учебной, научно-исследовательской, культурно-творческой и спортивной деятельностях.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин и подлежит обновлению (при необходимости).

Рецензируемая программа направлена на 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.

В качестве сильных сторон образовательной программы следует отметить, что к её реализации привлекается высококомпетентный профессорско-преподавательский состав, ведущие представители профессиональных сообществ, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы. Многие актуальные вопросы направления подготовки обучающихся в определении видов профессиональной деятельности и компетентностной модели выпускника неоднократно обсуждались на научно-практических, межвузовских и международных конференциях, мастер-классах с участием ведущих специалистов отрасли.

Требования к практическому опыту, умениям и знаниям выпускников соответствуют перечисленным в федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования (ФГОС ВО) - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г.,

Калинчук Сергей Викторович,
генеральный директор
брендингового агенства DDC.group

Калинчук С.В. / _____ /
(ФИО) (Подпись)

МП