

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГАОУ ВО Балтийский федеральный университет им. И. Канта**



Основная образовательная программа по  
направлению подготовки: 42.03.01  
**«Реклама и связи с общественностью»**

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: **очная**

**Калининград**

**2021**

## Оглавление

1. Общая характеристика программы:
  - 1.1. Цель, миссия программы.
  - 1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам.
  - 1.3. Вид профессиональной деятельности, к которому (которым) готовятся выпускники
  - 1.4. Направленность (профиль) программы
  - 1.5. Объем программы и сроки освоения.
  - 1.6. Планируемые результаты освоения программы.
  - 1.7. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.
2. Организационно-педагогические условия реализации программы
3. Формы аттестации по программе.
4. Учебный план подготовки по направлению/специальности (включая календарный учебный график)
5. Рабочие программы дисциплин (модулей), включающие результаты освоения дисциплины (модуля).
6. Программы практик
7. Фонд оценочных средств по программе.
8. Методические материалы

# **1. Общая характеристика основной образовательной программы высшего образования**

## **1.1. Цель, миссия ООП**

ООП бакалавриата имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями стандарта по данному направлению подготовки, и как результат подготовку высококвалифицированных выпускников, обладающих конкурентоспособными преимуществами на рынке труда.

Выпускник направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», - это специалист, основным результатом деятельности которого является обеспечение функционирования и развитие направлений в сфере рекламы и связей с общественностью. Целью и задачами ООП является подготовка квалифицированных бакалавров, имеющих базовые гуманитарные знания и углубленные знания в сфере массовых коммуникаций, умеющих эффективно и профессионально работать в сфере рекламы и связей с общественностью и смежных отраслях.

ООП бакалавриата состоит в формировании у студентов необходимых общекультурных и профессиональных компетенций и умения реализовывать их на практике.

Обеспечение гарантии качества подготовки осуществляется в соответствии с требованиями образовательного стандарта и с Программой развития Балтийского федерального университета на 2011-2020 годы.

Основная образовательная программа составлена с учетом запросов населения региона в получении профессионального образования, в формировании профессиональных и общекультурных компетенций. Институт, реализующий данную ООП, формирует условия для максимальной гибкости и индивидуализации образовательного процесса, предоставляя каждому студенту возможности обучения по индивидуальному плану и самостоятельного набора профессиональных компетенций после освоения базовых дисциплин, предоставляя возможность построения гибких индивидуальных траекторий.

Организация учебного процесса в рамках реализуемой ООП осуществляется с максимальным использованием элементов исследований, инновационных технологий.

Важными характеристиками ООП являются оперативное обновление образовательных технологий, внедрение новых цифровых технологий обучения, в том числе за счет создания цифровой образовательной среды, разработки и обновления учебников и учебных пособий (включая электронные) в соответствии с требованиями образовательного стандарта организации учебного процесса с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий, обеспечение доступа к российским и мировым информационным ресурсам, обеспечение развития электронной библиотеки.

В области воспитания целью ООП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» является развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, навыков организационно-управленческой и проектной деятельности.

*Миссия ООП бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» (42.03.01)* заключается в подготовке высококвалифицированных кадров в области рекламы и связей с общественностью, способных применять профессиональные знания, умения и личностные качества для успешной деятельности в государственных и коммерческих структурах по вопросам массовой информации и деловой коммуникации, общественных связей, гуманитарных технологий, научных, культурных и туристических обменов. Студенты, в соответствии со своим профессиональным предназначением, овладевают навыками проведения пресс-конференций, «круглых столов», выставок, презентаций,

брифингов, других знаковых мероприятий; приобретают опыт взаимодействия со СМИ, установления деловых связей с людьми и организациями, разработки и реализации PR-проектов, рекламной деятельности.

**Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности**, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

- Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);
- Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);
- сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

## **1.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам.**

– бакалавр.

## **1.3. Виды профессиональной деятельности выпускника, к которым готовятся выпускники**

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

## **1.4. Направленность (профиль) основной образовательной программы**

Общий профиль программы

## **1.5. Объем программы и сроки освоения.**

Срок освоения ОП бакалавриата - 4 года. Трудоемкость ОП бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению составляет 240 зачетных единиц и включает все виды аудиторной и самостоятельной работы студента, практики и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ОП.

## **1.6. Планируемые результаты освоения основной образовательной программы**

Результаты освоения ООП определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, через результаты обучения, т.е. его способностью применять знания,

умения и личные качества в соответствии с выбранными видом (видами) профессиональной деятельности.

Программа бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» устанавливает следующие универсальные компетенции:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Разработка и реализация проектов	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
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Программа бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции.

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника
Продукт профессиональной деятельности	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
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)

	коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Программа бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» устанавливает следующие профессиональные компетенции

Вид деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника
Авторский	ПКС – 4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Редакторский	ПКС-8 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа
Маркетинговый	ПКС–5 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
Организационный	ПКС-3 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
Социально-просветительский	ПКС-7 Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
Технологический	ПКС – 2 Способен применять технологии создания бренда
	ПКС – 6 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций
Проектный	ПКС – 1 Способен участвовать в разработке бренда территории

№ ПК, устанавливаемых программой бакалавриата	Профессиональная компетенция, устанавливаемая программой бакалавриата	Обобщенная трудовая функция по профстандарту (ПС)	Трудовые функции/ Трудовые действия по ПС	Знания и умения по профстандарту	Название профстандарта

ПКС-1	Способен участвовать в разработке бренда территории	Организация продвижения продукции СМИ	ТФ Разработка маркетинговой стратегии для продвижения (продукции СМИ) ТД Формирование коммуникативных целей и стратегий	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	Профстандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
ПКС-2	Способен применить технологии создания бренда		ТД Выбор технологий и инструментов для донесения до потребителей необходимой информации	Знание технологий бренд-менеджмента	
ПКС-3	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Организация продвижения продукции СМИ Управление информационными ресурсами	ТД Формирование коммуникативных целей и стратегий ТД Управление информацией из разных источников	Знать содержание и методы по созданию и продвижению контента Работать с большим объемом информации	Профстандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации Профстандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПКС-4	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	Создание и редактирование информационных ресурсов	ТД Поиск информации ТД Написание информационных материалов ТД Редактирование информации	Владеть методами поиска информации и Рерайт Копирайтинг (написание текстов) Писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	
ПКС-5	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и	Организация продвижения продукции СМИ	ТФ Разработка маркетинговой стратегии для продвижения (продукции СМИ)	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс	Профстандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции

	реализации коммуникационного продукта		ТД Формирование коммуникативных целей и стратегий	маркетинговых коммуникаций	средств массовой информации
ПКС-6	Способен применять в профдеятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций		ТД Выбор технологий и инструментов для донесения до потребителей необходимой информации	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	
ПКС-7	Способен строить свою профдеятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности		ТФ организация маркетинговых исследований в СМИ	Вести переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами и клиентами	
ПКС-8	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	Создание и редактирование информационных ресурсов	ТД Поиск информации ТД Написание информационных материалов ТД Редактирование информации	Владеть методами поиска информации и Рерайт Копирайтинг (написание текстов) Писать тексты литературным, техническим и рекламным языком Знать содержание и методы по созданию и продвижению контента	Профстандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам

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

Реализация ОПОП бакалавриата по данному направлению обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью. Профессорско-преподавательский состав, обеспечивающий учебный процесс в рамках направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», соответствует требованиям ФГОС ВО. Не менее 70 процентов численности педагогических работников ведут научную деятельность, учебно-методическую и(или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины, не менее 60 % научно-педагогических работников имеют ученую степень и (или) ученое звание, не менее 70 % научно-педагогических работников имеют образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модулю). Кроме того, к образовательному процессу привлечено не менее 5 % преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений.

## **2. Организационно-педагогические условия реализации программы**

Образовательный процесс по направлению «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается штатом высококвалифицированных научно-педагогических кадров.

К преподаванию из числа действующих руководителей и ведущих работников профильных организаций, предприятий и учреждений по направлению «Реклама и связи с общественностью» привлекаются региональные практикующие специалисты в сфере массовых коммуникаций. В качестве внешних совместителей к реализации данной ООП привлечены сотрудники холдинга «Западная пресса», интернет-изданий, региональных телеканалов, рекламных агентств и МІСЕ - агентств, сотрудников пресс-служб.

Для осуществления учебного процесса используется сеть Internet, лицензионное программное обеспечение. ООП обеспечена учебно - методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам. Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по дисциплинам учебного плана.

По всем дисциплинам учебного плана студенты обеспечены основной учебной и учебно-методической литературой.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде университета, содержащей все электронные образовательные ресурсы, перечисленные в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, таким как:

– система электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта [lms-2.kantiana.ru](http://lms-2.kantiana.ru) / [lms-3.kantiana.ru](http://lms-3.kantiana.ru);

– АИС «Балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов БФУ им. И. Канта» ([brs.kantiana.ru](http://brs.kantiana.ru));

– Библиотека БФУ им. И. Канта <http://lib.kantiana.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда БФУ им. И. Канта обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения ОПОП; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия с использованием сети «Интернет».

Каждый обучающийся обеспечен доступом к электронно-библиотечной системе, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам и сформированной учебной и учебно-методической литературы. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет. При использовании электронных изданий во время самостоятельной подготовки институт обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом с выходом в сеть Интернет в соответствии с трудоемкостью изучаемых дисциплин. БФУ им. И. Канта обеспечивает обучающимся доступность к сетям типа Интернет из расчета не менее одного входа на 50 пользователей.

Библиотечный фонд укомплектован в соответствии с нормативными требованиями. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает официальные, справочно-библиографические и специализированные периодические издания. Вуз обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения. Таким образом, образовательная программа по направлению «Реклама и связи с общественностью» обеспечена интерактивными составляющими. Основные направления использования интерактивных технологий в обучении сводятся к следующему:

1. Мультимедийное сопровождение лекций и практических занятий;
2. Разработка студентами мультимедийных презентаций;
3. Информационному обслуживанию самостоятельной работы студентов, в том числе электронным читальным залом;
4. Поиску и использованию информационных ресурсов сети Интернет;
5. Работе в системе дистанционного и интерактивного обучения LMS.

Институт гуманитарных наук, реализующий ООП по направлению «Реклама и связи с общественностью» располагается в отдельном корпусе, по адресу ул. Чернышевского 56. В 2013 году в корпусе был завершён капитальный ремонт всех помещений. Занятия по дисциплинам, требующих компьютерного и программного обеспечения проводятся в кабинете информационных технологий, аудиториях с интерактивным оборудованием. Имеются также специализированный читальный зал, помещения для преподавателей. В целом по наличию посадочных мест для занятий студентов и техническому оснащению Институт соответствует требованиям ФГОС ВО.

Образовательная деятельность обеспечена объектами социально-бытового назначения. В целом материально-техническая база соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью».

### **3. Формы аттестации по программе**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям по направлению ««Реклама и связи с общественностью»» создается фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Оценочные фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, контрольные работы, зачеты и экзамены; тесты; проектные и кейсовые работы; а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Оценка качества подготовки обучающихся по направлению ««Реклама и связи с общественностью»» определяется на основе нескольких важнейших показателей.

Текущий и промежуточный контроль знаний студентов осуществляется в разных формах с применением различных методик. Это и небольшие фронтальные контрольные

работы по темам, вынесенным на самостоятельное изучение студентами; и коллоквиумы, подытоживающие изучение крупных разделов учебной программы; традиционные экзамены и зачеты в виде тестовых заданий; и рейтинговая система выставления итоговых оценок; и экзамен в форме выполнения групповых проектов.

Требования при проведении текущего и промежуточного контроля, отраженные в экзаменационных материалах, направлены на выявление результатов обучения (РО), полученных при изучении дисциплин учебного плана в соответствии с ФГОС ВО. Основное внимание уделяется определению уровня подготовленности студента в области изучаемых наук, умению применять полученные знания, владению культурой мышления, методами сбора и обработки информации, навыками самостоятельной работы.

Большое внимание уделяется организации учебно-исследовательской и творческой работы студентов, реализуемой при подготовке проектной деятельности.



		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	
	Теоретическое обучение и рассредоточенные практики	16 5/6	19 1/6	36	17	20	37	17	19 2/6	36 2/6	8	9 4/6	17 4/6	127
У	Учебная практика		6	6										6
П	Производственная практика					6	6		8 4/6	8 4/6	10		10	24 4/6
Пд	Преддипломная практика											9 2/6	9 2/6	9 2/6
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											6	6	6
К	Каникулы	4/6	7	7 4/6	2	7	9	2	5	7	1	8	9	32 4/6
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 3/6 (9 дн)	5/6 (5 дн)	2 2/6 (14 дн)										2 2/6 (14 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед			более 39 нед			более 39 нед			более 39 нед			
Итого		19	33	<b>52</b>	19	33	<b>52</b>	19	33	<b>52</b>	19	33	<b>52</b>	208
Студентов		45												
Групп		2												

##### 5. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

Учебные программы дисциплин и практик разработаны в соответствии с требованиями действующих стандартов и направлены на формирование у обучающихся значимых общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

##### 6. Программы учебной и производственной практик

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» квалификация «бакалавр» раздел основной образовательной программы «Учебная и производственная практики» является обязательным и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Аттестация по итогам практик производится в виде защиты обучающимся выполненного индивидуального задания и представления отчета, оформленного в соответствии с установленными требованиями.

При реализации данной ООП предусматриваются следующие виды учебных практик:

- Учебная практика:
  - ✓ профессионально-ознакомительная практика.
- Производственная практика:
  - ✓ профессионально-творческая практика;
  - ✓ преддипломная практика.

Целью прохождения практики является: закрепление теоретических знаний и получение практических навыков в области средств массовой коммуникации, умений, полученных в процессе обучения в рамках теоретических дисциплин по направлению подготовки ООП ВО ««Реклама и связи с общественностью»».

Базами практики являются:

1. Холдинг «Западная пресса»: газета «Комсомольская правда», «Страна Калининград», «Балтийский Бродвей», интернет-портал «Клопс» и др.
2. ГТРК «Калининград»
3. Информационный портал Kaliningrad.ru
4. Служба по связям с общественностью БФУ им. И. Канта
5. Учебно-производственный мультимедийный центр БФУ им. И. Канта
6. МІСЕ –агентство «Море»
7. Рекламное агентство «Мольберт и братья»
8. Рекламное агентство «Идея фикс»
9. ООО "Дизайн студия -Интерิโอ"
10. ФГБУК "Музей Мирового океана"
11. ТЦ «Мега»

Практика осуществляется под руководством организатора практики и куратора практики в конкретном учреждении.

Итогом производственной практики является зачет, который также является показателем промежуточной аттестации студентов. Зачет включает в себя защиту отчета по итогам выполнения индивидуального задания.

Программы практик содержат цели и задачи, описание практических навыков, которые приобретают студенты в результате прохождения практики. В программах также отражены компетенции, которые формируются в процессе прохождения практик. Указываются местоположение и время прохождения практики, а также формы отчетности по практикам и методические рекомендации по оформлению итоговых работ.

## **7. Фонд оценочных средств по программе**

Фонд оценочных средств разрабатывается по дисциплине, модулю и/или практикам и является структурной частью рабочей программы дисциплины.

Фонд оценочных средств по программе включает в себя

- комплект тестов, контрольных заданий, кейс-заданий, проектных работ по всем дисциплинам Рабочего учебного плана для выявления результатов обучения, а также для промежуточной аттестации обучающихся;
- итоговая аттестация обучающихся, предусмотренная ФГОС ВО, включает в себя защиту выпускной квалификационной работы.

## **8. Методические материалы**

Дополнительные методические материалы размещаются в электронной информационно-образовательной среде университета: системе электронного образовательного контента БФУ им. И. Канта ([lms-2.kantiana.ru](http://lms-2.kantiana.ru) / [lms-3.kantiana.ru](http://lms-3.kantiana.ru)), АИС «Балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов БФУ им. И. Канта» ([brs.kantiana.ru](http://brs.kantiana.ru)).