

**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 другого 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 / lms-3.kantiana.ru;

– АИС «Балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов БФУ им. И. Канта» (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	52	19	33	52	19	33	52	19	33	52	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 / lms-3.kantiana.ru), АИС «Балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов БФУ им. И. Канта» (brs.kantiana.ru).