

ОПИСАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Уровень образования	магистратура
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Коммуникационный менеджмент
Квалификация выпускника	Магистр

1.1. Цели и задачи образовательной программы

Целью образовательной программы является:

- подготовка магистров по направлению Реклама и связи с общественностью, обладающих комплексом знаний, включающим вопросы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий, разработки стратегических концепций и бизнес - планов проектов, осуществления руководства проектной деятельностью, применения перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;
- формирование у обучающихся универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом особенностей научно-образовательной школы университета и актуальных потребностей соответствующей сферы труда в кадрах с высшим образованием;
- формирование способности непрерывного профессионального образования и саморазвития, обеспечение многообразия образовательных возможностей обучающихся, способствующих профессиональному и личностному росту, планированию профессиональной карьеры и конкурентоспособности на рынке труда;
- формирование и развитие личностных и профессиональных качеств обучающихся, позволяющих выстраивать гибкую индивидуальную траекторию профессиональной карьеры, учитывающую специфику и изменчивость условий рынка труда;
- создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства, формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.
- обеспечение качественной профессиональной подготовки выпускников в области профессиональной деятельности, установленной п. 2.1 образовательной программы;
- овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и (или) опытом деятельности, характеризующими процесс формирования установленных образовательной программой компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения программы;
- направленность на многоуровневую систему образования и непрерывность профессионального развития, обеспечивающее проектирование дальнейшего образовательного маршрута;

- обеспечение инновационного характера подготовки на основе оптимального соотношения между сложившимися традициями и современными подходами к организации учебного процесса;
- удовлетворение потребностей общества и государства в фундаментально образованных и гармонически развитых специалистах, владеющих современными технологиями в области профессиональной деятельности;
- получение обучающимися как фундаментальных знаний, так и практической подготовки в объявленной области;
- поиск, анализ и оценка источников информации для проведения творческих, научно-исследовательских, проектных работ в области рекламы и связей с общественностью;
- анализ современных трендов в области коммуникационных стратегий, проектирования и производства инновационного ассортимента рекламной продукции;
- разработка мероприятий, направленных на развитие и продвижение рекламируемых брендов, основанных на принципах эстетики, маркетинга, рекламы.

1.2. Формы обучения

Обучение по образовательной программе осуществляется в очной и очно-заочной формах.

1.3. Объем образовательной программы

Объем образовательной программы составляет 120 зачетных единиц (далее - з.е.) и включает все виды контактной и самостоятельной работы обучающихся.

1.4. Язык образования

Образовательная программа осваивается на государственном языке Российской Федерации – на русском языке.

1.5. Срок получения образования по образовательной программе

Срок получения образования по образовательной программе, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет:

по очной форме обучения – 2 года;

по очно-заочной форме обучения – 2 года 6 месяцев.

1.6. Формы аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Формы проведения промежуточной аттестации определяются учебным планом.

Государственная итоговая аттестация включает в себя:

- Подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы

1.7. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

11.006 Редактор средств массовой информации

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. (из ФГОС ВО 3++)

В рамках освоения образовательной программы выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

организационно-управленческий
 проектно-аналитический
 производственно-технологический
 научно-исследовательский

Перечень основных объектов (или областей знаний) профессиональной деятельности выпускников:

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности;
- научно-техническая информация, результаты отечественных и зарубежных исследований применительно к рекламным и коммуникационным технологиям в сфере своей профессиональной деятельности;
- организация продвижения продукции СМИ;
- управление (менеджмент) информационными ресурсами
- новые материалы для рекламного продукта, для смежных производств, использующих рекламные и коммуникативные технологии.

1.8. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия 11.006 Редактор средств массовой информации	Организационно-управленческий	- Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий; - Организация процесса создания коммуникационного продукта.	- Организация продвижения продукции СМИ; -управление (менеджмент) информационными ресурсами
	Проектно-аналитический	-Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью; - Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного	- Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности;

		продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации; - Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации.	- организация продвижения продукции СМИ; - управление (менеджмент) информационными ресурсами;
	Производственно-технологический	Использует современные технологии формирования взаимоотношений встраивания онлайн и офлайн коммуникаций с различными стейкхолдерами	Новые материалы для рекламного продукта, для смежных производств, использующих рекламные и коммуникативные технологии
	Научно-исследовательский	-Разработка программ научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, оказание рекламных услуг -Проведение научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, оказание рекламных инновационных услуг - Внедрение результатов исследований и разработок в проектную деятельность	-Материалы, цифровые технологии обработки информации, методы управления качеством в сфере рекламы и связей с общественностью - текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

1.9. Планируемые результаты освоения образовательной программы

В результате освоения всех компонентов основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы все компетенции, установленные образовательной программой: универсальные, общепрофессиональные и профессиональные.

Универсальные компетенции выпускников:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегии действий
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (ых) языке (ах), для академического и профессионального взаимодействия
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
---	--

Общепрофессиональные компетенции выпускников:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций*	Код и наименование общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
Медиакоммуникационные системы	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные 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 отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

Профессиональные компетенции выпускников:

Наименование профессиональных стандартов	Наименование профессиональных компетенций, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
11.006 Редактор средств массовой информации	ПК-1. Способен разрабатывать авторские проекты
11.006 Редактор средств массовой информации	ПК-2. Способен к установлению и поддержанию контактов с внешней средой

Наименование профессиональных стандартов	Наименование профессиональных компетенций, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
Рекомендации работодателей (из старого ФГОС)	ПК-3. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечение их качества и эффективности
Рекомендации работодателей (из старого ФГОС)	ПК-4. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществляют руководство проектной деятельностью, руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий
Рекомендации работодателей (из старого ФГОС)	ПК-5 Способен ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

1.10. Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной образовательной программы регламентируются следующими основными документами:

- учебный план и календарный учебный график;
- рабочие программы учебных дисциплин, практик;
- рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы;
- оценочные и методические материалы;
- программа ГИА;
- локальные нормативные акты Университета.