

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования «Воронежский государственный университет»

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом ФГБОУ ВО «ВГУ»

от 31.08.2019 г. протокол № 7

**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: «Реклама и связи с общественностью в СМИ»

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: магистр

Форма обучения: очная

Год начала подготовки: 2019

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя:  
АНО «Центр поддержки предпринимательства»  
Воронежской области  
директор К.В. Корнев



Воронеж 2019

**Утверждение изменений в ОПОП для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году**

ООП пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 20\_\_/20\_\_ учебном году на заседании ученого совета университета 27.06.2019 г. протокол № 5.

Заместитель председателя Ученого совета ФГБОУ ВО «ВГУ»

\_\_\_\_\_ Е.Е. Чупандина

\_\_\_.\_\_.20\_\_ г.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Общие положения	<b>4</b>
1.1. Нормативные документы	<b>4</b>
1.2. Перечень сокращений, используемых в ОПОП	<b>4</b>
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника	<b>5</b>
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	<b>5</b>
2.2. Перечень профессиональных стандартов	<b>5</b>
2.3. Задачи профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники	<b>5</b>
3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы	<b>6</b>
3.1. Профиль/специализация образовательной программы	<b>6</b>
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы	<b>6</b>
3.3 Объем программы	<b>6</b>
3.4 Срок получения образования	<b>6</b>
3.5 Минимальный объем контактной работы по образовательной программе	<b>6</b>
3.6 Язык обучения	<b>6</b>
4. Планируемые результаты освоения образовательной программы	<b>7</b>
4.1 Универсальные компетенции выпускников и результаты их достижения	<b>7</b>
4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	<b>9</b>
4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (обязательные, рекомендуемые, вузовские)	<b>11</b>
5. Структура и содержание ОПОП	<b>16</b>
5.1. Структура и объем ОПОП	<b>16</b>
5.2 Календарный учебный график	<b>16</b>
5.3. Учебный план	<b>17</b>
5.4. Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей), практик	<b>17</b>
5.5. Государственная итоговая аттестация	<b>17</b>
6. Условия осуществления образовательной деятельности	<b>17</b>
6.1 Общесистемные требования	<b>17</b>
6.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	<b>19</b>
6.3 Кадровые условия реализации программы	<b>20</b>
6.4 Финансовые условия реализации программы	<b>20</b>
6.5 Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся	<b>20</b>

## **1. Общие положения**

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) по направлению подготовки/специальности 42.04.01 Реклама и связи с общественностью представляет собой комплекс основных характеристик, включая учебно-методическую документацию (формы, срок обучения, задачи профессиональной деятельности, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей)/практик с оценочными материалами, программу государственной итоговой аттестации, иные методические материалы), определяющую объемы и содержание образования данного уровня, планируемые результаты освоения, условия осуществления образовательной деятельности (материально-техническое, учебно-методическое, кадровое и финансовое обеспечение).

### **1.1. Нормативные документы**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Устав ФГБОУ ВО «ВГУ»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки/специальности 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от «8» июня 2017 г. №528 (далее – ФГОС ВО); ;
- Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383.

### **1.2 Перечень сокращений, используемых в ОПОП**

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение;

УК - универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПКО - профессиональные компетенции обязательные;

ПКР - профессиональные компетенции рекомендуемые;

ПКВ - профессиональные компетенции, установленные вузом (вузовские);

ПООП - примерная основная образовательная программа;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ - обобщенная трудовая функция;

ТФ - трудовая функция;

ТД - трудовое действие;

ПС – профессиональный стандарт

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников**

### **2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);

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.

Сферами профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, являются:

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

06.009 специалист по продвижению и распространению средств массовой информации

06.0013 специалист по информационным ресурсам

11 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 и в других областях и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский; организационно-управленческий; научно-исследовательский.

Основными объектами профессиональной деятельности выпускников является: 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

### **2.2. Перечень профессиональных стандартов**

Перечень используемых профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки/специальности 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и используемых при формировании ОПОП приведен в приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника данной образовательной программы, представлен в приложении 2.

### **2.3. Задачи профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники**

Перечень задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники (по типам):

Таблица 2.1

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационно - управленческий	организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии 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
01 Образование и наука	научно-исследовательский	проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	авторский	осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью	

### 3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

#### 3.1. Профиль/специализация образовательной программы

Профиль образовательной программы в рамках направления подготовки – Реклама и связи с общественностью в СМИ

#### 3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: магистр

#### 3.3. Объем программы

Объем программы составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, по индивидуальному учебному плану.

Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

#### 3.4. Срок получения образования:

в очной форме обучения составляет 2 года.

#### 3.5 Минимальный объем контактной работы

Минимальный объем контактной работы по образовательной программе составляет 1304 ч.

#### 3.6 Язык обучения

Программа реализуется на русском языке.

## 4. Планируемые результаты освоения ОПОП

### 4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы следующие универсальные компетенции

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию практического решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов; УК-1.2. Логично и аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях других участников деятельности
Разработка и реализация проектов	УК-2	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО УК - 2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами
Командная работа и лидерство	УК-3	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает конструктивные стратегии и на их основе формирует команду, распределяет в ней роли для достижения поставленной цели. УК-3.2 Планирует и корректирует работу команды с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды для достижения поставленной цели. УК-3.3 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении в команде на основе учета интересов всех сторон. УК-3.4 Организует и руководит дискуссиями по заданной теме и обсуждением результатов работы команды с привлечением последователей и оппонентов разработанным идеям. УК-3.5 Проявляет лидерские и командные качества, выбирает оптимальный стиль вза-

			имодействия при организации и руководстве работой команды.
Коммуникация	УК-4	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения</p> <p>УК-4.2. Владеет культурой письменного и устного оформления профессионально ориентированного научного текста на государственном языке РФ</p> <p>УК-4.3. Умеет вести устные деловые переговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном языке РФ</p> <p>УК-4.4 Аргументировано и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ</p> <p>УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной русской и иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения</p> <p>УК-4.6 Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т.д.)</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии.</p> <p>УК-5.2. Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p>УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания.</p> <p>УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяет реалистичные цели и приоритеты профессионального роста, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.</p> <p>УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом задач саморазвития, накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда.</p>



			УК-6.4 Реализует приоритеты собственной деятельности, в том числе в условиях неопределенности, корректируя планы и способы их выполнения с учетом имеющихся ресурсов.
--	--	--	---

#### 4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **общепрофессиональные компетенции**:

Таблица 4.2

Категория компетенций	Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения 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	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов  ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и 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	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов  ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса  ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп

		на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	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	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях  ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности  ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности  ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

### 4.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код	Формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
ПКВ(о)-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПКВ(о)-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства</p> <p>ПКВ(о)-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПКВ(о)-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКВ(о)-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>
ПКВ (о)-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	<p>ПКВ (о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>ПКВ (о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
ПКВ(о)-3	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	<p>ПКВ (о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКВ (о)-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p> <p>ПКВ (о)-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны</p> <p>ПКВ (о)-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы следующие **обязательные (вузовские) профессиональные компетенции:**

**Обязательные (вузовские) профессиональные компетенции выпускника и индикаторы их достижения**

**Таблица 4.3**

Задача ПД	Объект или область знания	Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности <u>организационно-управленческий</u>					
<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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 обществу</p>	<p>Управление</p>	<p>ПКО-1 (ПКВо-1). Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКО-1.1 (ПКВо-1.1). Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства</p> <p>ПКО-1.2 (ПКВо-1.2). Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПКО-1.3 (ПКВо-1.3). Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКО-1.4 (ПКВо-1.4). На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	<p>06.013 Специалист по информационным ресурсам</p> <p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p>
Тип задач профессиональной деятельности <u>научно-исследовательский</u>					
<p>Проведение научного ис-</p>	<p>текст рекламы и связей с общественно-</p>	<p>Исследования в медиасфере</p>	<p>ПКО-2 (ПКВо-2). Способен осуществлять проектно-</p>	<p>ПКО-2.1 (ПКВо-2.1). Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполага-</p>	<p>06.013 Специалист по информационным ре-</p>

следования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	стью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам обществу		аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ния, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.  ПКО-2.2 (ПКВо-2.2). Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	сурсам
Тип задач профессиональной деятельности <i>авторский</i>					
Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности 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 обществу	Медиапродукт	ПКО-3 (ПКВо-3). Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-3.1 (ПКВо-3.1). Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПКО-3.2 (ПКВо-3.2). Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач  ПКО-3.3 (ПКВо-3.3). Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны  ПКО-3.4 (ПКВо-3.4). Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	06.013 Специалист по информационным ресурсам

#### 4.3. Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.4

Задача ПД	Объект или область знания	Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности <i>научно-исследовательский</i>					
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта 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 общест-венности	Исследования в ме-диасфере	ПКВ-1 способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с обще-ственностью	ПКВ-1.1. Формулирует концепцию научного исследования  ПКВ-1.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационно-го поля, методы работы с открытыми дан-ными и большими объемами информации  ПКВ-1.3. Получает, интерпретирует и пред-ставляет результаты исследования. На осно-ве исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информа-ции
Тип задач профессиональной деятельности <i>авторский</i>					
Системное вы-страивание про-изводственного процесса выпус-ка коммуника-ционного про-дукта с приме-нением совре-менных инфор-мационных тех-нологий	текст рекламы и свя-зей с обществен-ностью и (или) иной коммуникационный продукт, передавае-мый по различным каналам средствами массовой информа-ции (далее – СМИ) и другими медиа, адре-сованный разным целевым груп-пам/группам обще-ственности	Медиапро-дукт	ПКВ-2 способен применять в профессиональной деятельно-сти комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПКВ-2.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организа-циями).  ПКВ-2.2. Разрабатывает и применяет совре-менные технологии организации специаль-ных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями  ПКВ-2.3. Разрабатывает и применяет совре-менные инструменты внутренних коммуни-каций для формирования корпоративной	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информа-ции

				культуры организации  ПКВ-2.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
--	--	--	--	--	--

#### 4.3 Профессиональные компетенции выпускников, установленные вузом и индикаторы их достижения

Таблица 4.5

Задача ПД	Объект или область знания	Категория профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности <i>организационно-управленческий</i>					
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии 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 обществу	Управление	ПКВ-3 способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента	ПКВ-3.1 Отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках ПКВ-3.2 Планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ	06.013 Специалист по информационным ресурсам

## 5. Структура и содержание ОПОП

### 5.1 Структура и объем ОПОП

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную).

Программа магистратуры включает следующие блоки:

Таблица 5.1

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	78 з.е.
	в т.ч. дисциплины (модули) обязательной части	32 з.е.
Блок 2	Практика	33 з.е.
	в т.ч. практики обязательной части	21 з.е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9 з.е.
Объем программы		120 з.е.

Обязательная часть Блока 1 состоит из дисциплин / модулей, направленных на реализацию универсальных (УК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных в качестве обязательных, и не зависит от профиля ОПОП.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений, Блока 1 направлена на формирование или углубление универсальных компетенций, формирование рекомендуемых (вузовских) профессиональных компетенций, определяющих способность выпускника решать специализированные задачи профессиональной деятельности, соотнесенные с запросами работодателей.

Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП приведена в приложении 3 (шаблон с примером заполнения).

В Блок 2 Практика включены следующие виды практик – производственная, организационно-творческая, научно-исследовательская практика.

В рамках ОПОП проводятся следующие практики: научно-исследовательская работа, педагогическая практика, преддипломная практика, профессионально-творческая практика. Формы, способы и порядок проведения практик устанавливаются соответствующим Положением о порядке проведения практик.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ВКР / магистерской диссертации), подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, если организация включила государственный экзамен в состав ГИА.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 44 % общего объема программы магистратуры, что соответствует п. 2.9 ФГОС ВО.

### 5.2 Календарный учебный график.

Календарный учебный график определяет периоды теоретического обучения, практик, НИР, экзаменационных сессий, государственной итоговой аттестации, каникул и их чередования в течение периода обучения, а также сводные данные по бюджету времени (в



неделях).

Шаблон календарного учебного графика представлен в приложении 4.

### **5.3 Учебный план**

Документ, определяющий перечень дисциплин (модулей), практик, их объем (в зачетных единицах и академических часах), распределение по семестрам, по видам работ (лекции, практические, лабораторные, самостоятельная работа), наличие курсовых работ, проектов, форм промежуточной аттестации.

Шаблон учебного плана представлен в Приложении 5.

### **5.4 Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей), практик**

Аннотации рабочих программ дисциплин представлены в Приложении 6, аннотации рабочих программ практик представлены в Приложении 7.

Рабочие программы выставляются в интрасети ВГУ. Каждая рабочая программа обязательно содержит оценочные материалы для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике.

### **5.5 Государственная итоговая аттестация**

Государственная итоговая аттестация (ГИА) проводится после освоения обучающимся основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Порядок проведения, формы, содержание, оценочные материалы, критерии оценки и методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы регламентируется Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденным Ученым советом ВГУ и программой государственной итоговой аттестации по образовательной программе, утвержденной Ученым советом факультета журналистики.

При формировании программы ГИА совместно с работодателями, объединениями работодателей определены наиболее значимые для профессиональной деятельности результаты обучения в качестве необходимых для присвоения установленной квалификации и проверяемые в ходе ГИА. Программа ГИА выставляется в интрасети ВГУ.

## **6. Условия осуществления образовательной деятельности**

### **6.1 Общесистемные требования**

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам для проведения всех видов аудиторных занятий, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет, как на территории университета, так и вне ее.

ЭИОС университета обеспечивает:

доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы;

доступ к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам):

N п/п	Основные сведения об электронно-библиотечной системе*	Краткая характеристика
----------	---	------------------------

1.	Наименование электронно-библиотечной системы, предоставляющей возможность круглосуточного дистанционного индивидуального доступа для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, адрес в сети Интернет	Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ» ЭБС «Консультант студента» ЭБС «Университетская библиотека online» ЭБС ЮРАЙТ ЭБС IPRbooks ЭБС Лань
2.	Сведения о правообладателе электронно-библиотечной системы и заключенном с ним договоре, включая срок действия заключенного договора	Консорциум «Котекстум» в лице генерального директора ООО «ЦКБ БИБКОМ» М. В. Дегтярева и генерального директора ООО «Агенство «Книга-Сервис» С.Н. Маленкова ( <b>Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»</b> ) Договор № ДС-208 от 01.02.2018 (срок действия с 01.02.2018 по 31.01.2021) ООО «Политехресурс», генеральный директор А. В. Молчанов ( <b>ЭБС «Консультант студента»</b> ) Контракт № 3010-06/63-18 от 16.11.2018 (срок действия: с 16.11.2018 по 31.12.2019) ООО «НексМедиа», генеральный директор К.Н. Костюк ( <b>ЭБС «Университетская библиотека online»</b> ) Контракт № 3010-06/64-18 от 16.11.2018 (срок действия: с 16.11.2018 по 24.11.2019) ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ», в лице руководителя отдела по работе с вузами Н. В. Солдаткиной, директор Е. А. Сергеенко ( <b>ЭБС ЮРАЙТ</b> ) Договор б/н от 01.09.2018 (срок действия: с 01.09.2018 по 31.08.2019) ООО «Ай Пи Эр Медиа», директор Н. Ю Иванова ( <b>ЭБС IPRbooks</b> ) Договор № 4455/18 от 14.09.2018 (срок действия: с 15.09.2018 по 14.09.2019) ООО «ЭБС Лань», директор ООО «ЭБС Лань» А.В. Никифоров ( <b>ЭБС «Лань»</b> ) Договор № 3010-06/10-19 от 06.03.2019 (срок действия с 06.03.2019 по 20.03.2020)
3.	Сведения о наличии зарегистрированной в установленном порядке базе данных материалов электронно-библиотечной системы	<b>Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»:</b> Свидетельство государственной регистрации № 2011620249 от 31.03.2011 г. <b>ЭБС «Консультант студента»:</b> Свидетельство государственной регистрации выдано на наименование БД Электронная библиотека технического ВУЗа № 2013621110 от 06.09.2013 г. <b>ЭБС «Университетская библиотека Online»</b> Свидетельство государственной регистрации № 2010620554 от 27.09.2010 г. <b>ЭБС ЮРАЙТ:</b> Свидетельство о государственной регистрации выдано на БД ЭБС ЮРАЙТ № 2013620832 от 15.07.2013 г. <b>ЭБС IPRbooks:</b> Свидетельство о государственной регистрации БД № 2010620708 от 30.11.2010 г. <b>ЭБС Лань:</b> Свидетельство государственной регистрации № 2017620439 от 18.04.2017
4.	Сведения о наличии зарегистрированного в установленном порядке электронного средства массовой информации	<b>Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»</b> Свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл.№ФС77-43173 от 23.12.2010

		<a href="http://rucont.ru/">http://rucont.ru/</a> <b>ЭБС «Консультант студента»</b> Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-56323 от 02 декабря 2013 г. <a href="http://www.studmedlib.ru/">http://www.studmedlib.ru/</a> <b>ЭБС «Университетская библиотека Online»</b> Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77-42287 от 11.10.2010 г. <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a> <b>ЭБС ЮРАЙТ:</b> Свидетельство о регистрации электронного средства ЭЛ № ФС77- 53549 от 04.04.2013 г. <a href="https://biblio-online.ru/">https://biblio-online.ru/</a>
5.	Наличие возможности одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе, в том числе одновременного доступа к каждому изданию, входящему в электронно-библиотечную систему, не менее чем для 25 процентов обучающихся по каждой из форм получения образования	<b>Национальный цифровой ресурс «РУКОНТ»:</b> неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ <b>ЭБС «Консультант студента»:</b> неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ <b>ЭБС «Университетская библиотека Online»:</b> одновременный доступ не менее 6000 пользователей ВГУ <b>ЭБС ЮРАЙТ:</b> неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ <b>ЭБС IPRbooks:</b> одновременный доступ не более 18000 пользователей ВГУ <b>ЭБС Лань:</b> неограниченный одновременный доступ всех пользователей ВГУ
6.	Электронные образовательные ресурсы:	
	- локальные сетевые ресурсы	Электронная библиотека ВГУ <a href="https://www.lib.vsu.ru/">https://www.lib.vsu.ru/</a>
	- удаленные сетевые ресурсы	Список доступных БД размещен по ссылке: <a href="https://www.lib.vsu.ru/">https://www.lib.vsu.ru/</a> Информационные ресурсы

## 6.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы

6.2.1 Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных данной программой, оснащены оборудованием, техническими средствами обучения, программными продуктами, состав которых определяется в РПД, РПП. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

6.2.2 Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.2.3 При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4 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 (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Перечень материально-технического оборудования и программного обеспечения, представлен в Приложении 8.

### **6.3 Кадровые условия реализации программы**

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

95 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), что соответствует п. 4.4.3 ФГОС ВО.

12,5 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет), что соответствует п. 4.4.4 ФГОС ВО.

92 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание, что соответствует п. 4.4.5 ФГОС ВО.

### **6.4 Финансовые условия реализации программы**

Финансовое обеспечение реализации программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ *магистратуры* и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

### **6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся**

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки качества образования.

В целях совершенствования программы при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе привлекаются работодатели и (или) их объединения, иные юридические и (или) физические лица, включая педагогических работников Университета.

Внутренняя оценка качества образовательной деятельности проводится в рамках текущей, промежуточной и государственной (итоговой) аттестаций.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Система внутренней оценки качества образования реализуется в соответствии с планом независимой оценки качества, утвержденным ученым советом факультета.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе проводится в

рамках процедуры государственной аккредитации с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе осуществлялась в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой Союзом «Торгово-промышленная палата Воронежской области» (свидетельство о профессионально-общественной аккредитации №0082-С), с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля. Срок действия профессионально-общественной аккредитации до 25.04.2025 года.

Нормативно-методические документы и материалы, регламентирующие и обеспечивающие качество подготовки обучающихся:

Положение о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета, утвержденное ученым советом ВГУ;

Положение о проведении промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования, утвержденное решением Ученого совета ВГУ;

Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры Воронежского государственного университета, утвержденное Ученым советом ВГУ;

Положение о независимой оценке качества образования в Воронежском государственном университете.

Разработчики ООП:

Декан факультета  профессор В.В. Тулупов

Руководитель (куратор) программы  доцент И.А.Щекина

Программа рекомендована Ученым советом факультета журналистики от 27.06.2019 г. протокол № 5.

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, используемых при разработке образовательной программы высшего образования по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура) профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ»

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973)
2.	06.013	Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника образовательной программы уровня магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции	
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6
06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	С	Управление (менеджмент) информационным и ресурсами	6	Контроль за наполнением сайта	С/03.6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6

## Приложение 3

## Матрица соответствия компетенций, индикаторов их достижения и элементов ОПОП

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	
Б1.О	Обязательная часть	
Б1.О.01	Профессиональное общение на иностранном языке	УК-4: УК-4.1, УК-4.5
Б1.О.02	Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5: ОПК-5.1, ОПК-5.2
Б1.О.03	Информационная безопасность в медиапроизводстве	ОПК-6: ОПК-6.1, ОПК-6.2
Б1.О.04	Управление агентством рекламы и СО	ПКВ(о)-1: ПКВ(о)-1.2, ПКВ(о)-1.3
Б1.О.05	Традиции и национальные приоритеты культуры современной России	УК-5: УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3; ОПК-3: ОПК-3.1, ОПК-3.2
Б1.О.06	Язык рекламы и СО	ОПК-1: ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3; ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1
Б1.О.07	Создание текста в рекламной и PR-коммуникации	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1
Б1.О.08	Корпоративная культура и СМИ	ОПК-7: ОПК-7.1, ОПК-7.2
Б1.О.09	СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования	ОПК-2: ОПК-2.1, ОПК-2.2
Б1.О.10	Методология и методика медиаисследований	ПКВ(о)-2: ПКВ(о)-2.1, ПКВ(о)-2.2
Б1.О.11	Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации	ОПК-4: ОПК-4.1, ОПК-4.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Б1.В.01	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности	УК-4: УК-4.1, УК-4.3, УК-4.4, УК-4.5, УК-4.6
Б1.В.02	Теория и практика аргументации	УК-1: УК-1.1, УК-1.2
Б1.В.03	Проектный менеджмент в медиасфере	УК-2: УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-2.4, УК-2.5
Б1.В.04	Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО	ПКВ(о)-2; ПКВ(о)-2.2; ПКВ-1: ПКВ-1.2, ПКВ-1.4
Б1.В.05	Современные теории и технологии развития личности	УК-3: УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3, УК-3.4, УК-3.5; УК-6: УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4
Б1.В.06	Создание имиджа в СМИ	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.3, ПКВ(о)-3.4; ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
Б1.В.07	Бизнес-моделирование в СМИ	ПКВ(о)-1: ПКВ(о)-1.1, ПКВ(о)-1.2, ПКВ(о)-1.3, ПКВ(о)-1.4; ПКВ-1: ПКВ-1.1, ПКВ-1.2, ПКВ-1.3
Б1.В.08	Современная пресс-служба организации	ПКВ(о)-1: ПКВ(о)-1.4; ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
Б1.В.09	Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО	ПКВ-2: ПКВ-2.1, ПКВ-2.4
Б1.В.10	Разработка и продвижение контента	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
Б1.В.11	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
Б1.В.12	Основы научных исследований в профессиональной деятельности	ПКВ(о)-2: ПКВ(о)-2.1, ПКВ(о)-2.2; ПКВ-1: ПКВ-1.1, ПКВ-1.2, ПКВ-1.3, ПКВ-1.4
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	
Б1.В.ДВ.01.01	Коммерческая номинация в массовой коммуникации	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1; ПКВ-3: ПКВ-3.3
Б1.В.ДВ.01.02	Социальная и политическая реклама в СМИ	ПКВ-3: ПКВ-3.3



	Б1.В.ДВ.01.03	Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья	УК-6: УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4
	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	
	Б1.В.ДВ.02.01	Геймификация в рекламе и СО	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
	Б1.В.ДВ.02.02	История рекламы и связей с общественностью	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.3
	Б1.В.ДВ.02.03	Основы конструктивного взаимодействия лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательном процессе	УК-6: УК-6.1, УК-6.2, УК-6.3, УК-6.4
	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	
	Б1.В.ДВ.03.01	Реклама и СО в Интернете	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1, ПКВ(о)-3.4; ПКВ-3: ПКВ-3.2
	Б1.В.ДВ.03.02	Реклама и СО в печатных изданиях	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1; ПКВ-3: ПКВ-3.3
	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	
	Б1.В.ДВ.04.01	Политконсалтинг	ПКВ(о)-2: ПКВ(о)-2.1, ПКВ(о)-2.2; ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2, ПКВ-3.3
	Б1.В.ДВ.04.02	Консалтинг в кризисных ситуациях	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2, ПКВ-3.3
Б2		Практика	ПКВ(о)-3; ПКВ(о)-1; ПКВ-1; ПКВ(о)-2; ПКВ-3
	Б2.О	Обязательная часть	ПКВ(о)-3; ПКВ(о)-2
	Б2.О.01(Н)	Производственная практика, научно-исследовательская работа	ПКВ(о)-2: ПКВ(о)-2.1, ПКВ(о)-2.2
	Б2.О.02(П)	Производственная практика, профессионально-творческая	ПКВ(о)-3: ПКВ(о)-3.1, ПКВ(о)-3.2, ПКВ(о)-3.3, ПКВ(о)-3.4
	Б2.О.03(Пд)	Производственная практика, преддипломная	ПКВ(о)-2: ПКВ(о)-2.1, ПКВ(о)-2.2
	Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПКВ(о)-1; ПКВ-1; ПКВ-3
	Б2.В.01(П)	Производственная практика, организационно-творческая	ПКВ(о)-1: ПКВ(о)-1.1, ПКВ(о)-1.2, ПКВ(о)-1.3, ПКВ(о)-1.4; ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.2
	Б2.В.02(П)	Производственная практика, научно-исследовательская практика	ПКВ-1: ПКВ-1.1, ПКВ-1.2, ПКВ-1.3, ПКВ-1.4
Б3		Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКВ(о)-2; ПКВ(о)-3; ПКВ-1; ПКВ(о)-1; ПКВ-2; ПКВ-3
	Б3.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКВ(о)-2; ПКВ(о)-3; ПКВ-1; ПКВ(о)-1; ПКВ-2; ПКВ-3
	Б3.О.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКВ-1; ПКВ-2; ПКВ(о)-3; ПКВ(о)-2; ПКВ(о)-1; ПКВ-3
	Б3.О.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ПКВ(о)-2; ПКВ(о)-3; ПКВ-1
ФТД		Факультативы	ПКВ-3
	ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПКВ-3
	ФТД.В.01	Творческая лаборатория по рекламе	ПКВ-3: ПКВ-3.3
	ФТД.В.02	Творческая лаборатория по СО	ПКВ-3: ПКВ-3.1, ПКВ-3.3

Приложение 4

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь			Октябрь			Ноябрь			Декабрь			Январь			Февраль			Март			Апрель			Май			Июнь			Июль			Август																				
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31		
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52		
I									*								*	*	*	Э	Э	К			*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э			
II	П	П	П						*								*	*	*	Э	Э	Э	К	К	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П

Сводные данные

	Теоретическое обучение и рассредоточенные практики	Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	
		17 1/6	15 1/6	32 2/6	16		16	48 2/6
Э	Экзаменационные сессии	2 4/6	3 2/6	6	3 2/6		3 2/6	9 2/6
Н	Научно-исслед. работа				2		2	2
П	Производственная практика		2 4/6	2 4/6	1 2/6	4	5 2/6	8
Пд	Преддипломная практика					8	8	8
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4	4	4
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена					2	2	2
К	Каникулы	1 5/6	7	8 5/6	1 1/6	8	9 1/6	18
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 (8 дн)	2 (5 дн)	2 (13)	1 (8 дн)	5 (5 дн)	2 (13)	4 (26)
Продолжительность обучения □ (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед			более 39 нед			
Итого		23	29	52	23 1/6	28 5/6	52	104
Студентов								
Групп								

## Учебный план 1курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2												
			Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя			
				Всего	Кон. такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль				Всего	Кон. такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль					
ИТОГО (с факультативами)				<b>1080</b>								<b>30</b>				<b>1152</b>							<b>32</b>		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				<b>1008</b>								<b>28</b>	19 5/6		<b>1152</b>								<b>32</b>	21 1/6	
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад. час/нед)			ОП, факультативы (в период ТО)	<b>54,6</b>											<b>54,6</b>										
			ОП, факультативы (в период экз. сес.)	<b>54</b>										<b>54</b>											
			Аудиторная нагрузка	<b>18,8</b>										<b>17,1</b>											
			Контактная работа	<b>18,8</b>										<b>17,1</b>											
<b>ДИСЦИПЛИНЫ И РАССРЕД. ПРАКТИКИ</b>				<b>1080</b>	<b>356</b>	<b>160</b>	<b>34</b>	<b>162</b>	<b>580</b>	<b>144</b>	<b>30</b>		ТО: 17 1/6□ Э: 2 2/3		<b>1008</b>	<b>258</b>	<b>94</b>		<b>164</b>	<b>570</b>	<b>180</b>	<b>28</b>		ТО: 15 1/6□ Э: 3 1/3	
1	Б1.О.01	Профессиональное общение на иностранном языке	ЗаО К	72	34			34	38		2			ЗаО К	72	30			30	42		2			
2	Б1.О.02	Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью												Экз К	108	28	14		14	44	36	3			
3	Б1.О.03	Информационная безопасность в медиапроизводстве	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
4	Б1.О.05	Традиции и национальные приоритеты культуры современной России	За К	72	32	16		16	40		2														
5	Б1.О.07	Создание текста в рекламной и PR-коммуникации	ЗаО	72	32	16		16	40		2														
6	Б1.О.09	СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования	За К	72	16	16			56		2														
7	Б1.О.10	Методология и методика медиаисследований	Экз К	144	32	16		16	76	36	4														
8	Б1.О.11	Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации												Экз К	108	28	14		14	44	36	3			
9	Б1.В.01	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности	Экз К	144	32	16		16	76	36	4			Экз К	108	30	8		22	42	36	3			
10	Б1.В.02	Теория и практика аргументации	ЗаО К	72	32	16		16	40		2														
11	Б1.В.04	Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО												Экз К	108	30			30	42	36	3			
12	Б1.В.05	Современные теории и технологии развития личности												За К	108	44	30		14	64		3			
13	Б1.В.09	Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО												Экз К	108	28	14		14	44	36	3			
14	Б1.В.11	Разработка и реализация коммуникационной стратегии												За К	72	28	14		14	44		2			
15	Б1.В.12	Основы научных исследований в профессиональной деятельности	ЗаО	72	32	16		16	40		2														
16	Б1.В.ДВ.01.01	Коммерческая номинация в массовой коммуникации	За	72	16	16			56		2														
17	Б1.В.ДВ.01.02	Социальная и политическая реклама в СМИ	За	72	16	16			56		2														
18	Б1.В.ДВ.01.03	Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья	За	72	16	16			56		2														
19	Б1.В.ДВ.02.01	Геймификация в рекламе и СО	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
20	Б1.В.ДВ.02.02	История рекламы и связей с общественностью	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
21	Б1.В.ДВ.02.03	Основы конструктивного взаимодействия лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательном процессе	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
22	Б2.В.02(П)	Производственная практика, научно-исследовательская практика												ЗаО К	216	12			12	204		6			
23	ФТД.В.01	Творческая лаборатория по рекламе	За К	72	34		34		38		2														
<b>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>				Экз(4) За(4) ЗаО(4) К(9)											Экз(5) За(2) ЗаО(2) К(9)										
<b>ПРАКТИКИ</b>			(План)												144					144		4	2 2/3		
	Б2.О.02(П)	Производственная практика, профессионально-творческая													144					144		4	2 2/3		

## Учебный план 2 курс

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4												
			Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя			
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль					
ИТОГО (с факультативами)				1152								32	20 4/6		###							30	20		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1080								30			###							30			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)				56,3																					
ОП, факультативы (в период ТО)				54																					
ОП, факультативы (в период экз. сес.)				19																					
Аудиторная нагрузка				19																					
Контактная работа																									
<b>ДИСЦИПЛИНЫ</b>				1080	336	144	32	160	564	180	30	ТО: 160 Э: 3 1/3											ТО: <input type="checkbox"/> Э:		
1	Б1.О.04	Управление агентством рекламы и СО	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
2	Б1.О.06	Язык рекламы и СО	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
3	Б1.О.08	Корпоративная культура и СМИ	ЗаО К	108	32	16		16	76		3														
4	Б1.В.03	Проектный менеджмент в медиасфере	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
5	Б1.В.06	Создание имиджа в СМИ	Экз К	108	32			32	40	36	3														
6	Б1.В.07	Бизнес-моделирование в СМИ	Экз К	108	32	16		16	40	36	3														
7	Б1.В.08	Современная пресс-служба организации	ЗаО	108	32	16		16	76		3														
8	Б1.В.10	Разработка и продвижение контента	ЗаО К	72	32	16		16	40		2														
9	Б1.В.ДВ.03.01	Реклама и СО в Интернете	За К	108	32	16		16	76		3														
10	Б1.В.ДВ.03.02	Реклама и СО в печатных изданиях	За К	108	32	16		16	76		3														
11	Б1.В.ДВ.04.01	Политконсалтинг	За	72	16	16			56		2														
12	Б1.В.ДВ.04.02	Консалтинг в кризисных ситуациях	За	72	16	16			56		2														
13	ФТД.В.02	Творческая лаборатория по СО	За К	72	32		32		40		2														
<b>ФОРМЫ КОНТРОЛЯ</b>				Экз(5) За(3) ЗаО(3) К(9)																					
<b>ПРАКТИКИ</b>			(План)	72	3			3	69		2	1 1/3		756	21			21	735		21	14			
	Б2.В.01(П)	Производственная практика, организационно-творческая											ЗаО К	216	3			3	213		6	4			
	Б2.О.02(П)	Производственная практика, профессионально-творческая	ЗаО К	72	3			3	69		2	1 1/3													
	Б2.О.01(Н)	Производственная практика, научно-исследовательская работа											ЗаО К	108	12			12	96		3	2			
	Б2.О.03(Пд)	Производственная практика, преддипломная											ЗаО К	432	6			6	426		12	8			
<b>ГИА</b>			(План)											324	2	2			250	72	9	6			
	Б3.О.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена											Экз К	108	2	2			70	36	3				
	Б3.О.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											Экз К	216					180	36	6	4			

### Аннотации рабочих программ дисциплин (модулей)

#### **Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке**

Общая трудоемкость дисциплины: 4 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения

УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной русской и иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина Б1.О.01. «Профессиональное общение на иностранном языке» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в рамках программы: «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины является:

формирование иноязычной профессионально-ориентированной коммуникативной компетенции студентов, позволяющей им интегрироваться в международную профессиональную среду и использовать профессиональный иностранный язык как средство межкультурного и профессионального общения.

Задачи учебной дисциплины:

- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого в бакалавриате;

- овладение обучающимися иноязычной коммуникативной компетенцией (ИКК) на уровне В1+ – В2 для решения коммуникативных задач в учебно-познавательной сфере общения, деловом общении, а также для обеспечения основ научного общения и использования иностранного языка для самообразования в выбранном направлении.

Форма(ы) промежуточной аттестации - экзамен

#### **Б1.О.02 Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью**

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

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

ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования

Учебная дисциплина Б1.О.02. «Правовое и этическое регулирование рекламы и связей с общественностью» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в рамках программы: «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цели: 1. Содействие становлению всесторонне развитой личности как субъекта успешной профессиональной, образовательной и научно-исследовательской деятельности. 2. Формирование профессиональных компетенций и практических умений, основанных на законодательном подходе к содержанию рекламных материалов, исследовании особенностей регулирования рекламы в СМИ, изучении основ и специфики правового регулирования связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- сформировать представления об основных нормах и принципах регулирования рекламы;
- об источниках и системе рекламного законодательства;
- о правах и обязанностях рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей;
- о формах и видах рекламы и особенностях ее распространения;
- об ответственности за нарушения в сфере рекламного законодательства;
- изучить основы и специфику правового регулирования связей с общественностью

Форма(ы) промежуточной аттестации - экзамен

### **Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве**

**Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.**

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности

ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение

Учебная дисциплина Б1.О.03. «Информационная безопасность в медиапроизводстве» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в рамках программы: «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цель: формирование у будущих специалистов и руководителей системных знаний по проблеме обеспечения комплексной защиты информационных ресурсов и управлению информационными рисками, а также практических навыков безопасной работы в информационных системах.

Задачи дисциплины:

- формирование системных представлений об управлении информационными рисками;
- изучение методов и средств комплексной защиты информации в информационных системах коммерческих предприятий и государственных учреждений;
- формирование практических навыков анализа защищенности информационных систем, использования встроенных возможностей ОС, MS Office, Брандмауэра Windows, InternetExplorer, а также антивирусных и криптографических средств для обеспечения безопасности информации;
- получение теоретических знаний и практических навыков при решении типовых задач по обеспечению информационной безопасности;
- изучение проблем защиты информации, стоящих перед современной вычислительной техникой;
- формирование навыков использования полученных знаний для правильного выбора решений при разработке криптографических, организационных, технических средств защиты информации.

Форма(ы) промежуточной аттестации - экзамен

### **Б1.О.04 Управление агентством рекламы и СО**

**Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.**

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

ПКВ(о)-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью

**Место учебной дисциплины в структуре ООП:** Учебная дисциплина «Управление агентством рекламы и СО» относится к обязательной части дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

- формирование знаний в области менеджмента как искусства управления рекламной и СО организацией и творческим процессом.

Задачи учебной дисциплины:

- Рассмотреть понятие менеджмента, его функции, дать представление о специфике деятельности рекламистов и специалистов по СО в агентстве,

- рассмотреть рекламную и СО кампанию в коммуникационном, творческом и экономическом аспектах.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен

## **Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия:

УК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии.

УК-5.2. Выстраивает социальное профессиональное взаимодействие с учетом особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп.

УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды в процессе межкультурного взаимодействия.

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса

ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**(обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)

Учебная дисциплина «Культурологические аспекты развития современного общества» относится к блоку «Дисциплины (модули)» Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ» (магистратура) и входит в обязательную часть этого блока.

Специальные требования к входным знаниям, умениям и компетенциям не предъявляются.

Учебная дисциплина «Культурологические аспекты развития современного общества» является предшествующей для следующих дисциплин: «Современные теории и техно-



логии развития личности», «корпоративная культура и СМИ», «Проектный менеджмент в медиасфере»

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

Цель изучения учебной дисциплины – формирование у студентов систематизированных научных представлений и компетенций, позволяющих правильно понимать характер современных культурных процессов в обществе, анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, соотносить полученные знания со своей профессиональной деятельностью.

Основными задачами учебной дисциплины являются:

- 1) усвоение студентами системы знаний о важнейших этнических, конфессиональных, ценностных, идеологических процессах современного общества;
- 2) ознакомление будущих специалистов с актуальными методиками изучения и описания современных процессов межкультурного взаимодействия, анализа и оценки цифровой культуры, культурной политики и креативных индустрий;
- 3) формирование умений и навыков мониторинга социокультурных процессов в обществе, особенностей региональной культурной среды.

**Форма(ы) промежуточной аттестации** : зачёт (1 семестр)

### **Б1.О.06 Язык рекламы и СО**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 ЗЕТ / 108 час.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

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 языка.

ОПК-1.1: систему функциональных стилей русского языка, систему языковых и стилистических норм и приемов разных языковых уровней, позволяющих создавать качественный текст рекламный и СО-текст;

ОПК-1.2: использовать полученные теоретические знания на практике; применять языковые и стилистические нормы современного русского языка при создании медиапродуктов в устной и письменной коммуникации;

ОПК-1.3: практическими навыками работы по созданию рекламных и СО-текстов; навыками по обработке рекламных и СО-текстов при сохранении их индивидуально-авторских особенностей с опорой на языковые и стилистические нормы в целях эффективной речевой/текстовой деятельности.

ПКВ(о)-3 Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

### **Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Язык рекламы и СО» входит в обязательную часть блока Б1 учебного плана.

«Язык рекламы и СО» является важной дисциплиной для магистрантов, обучающихся по специальности 42.04.01 Реклама и СО, профиль «Реклама и СО СМИ». Место этой дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что знания и умения, формируемые у обучающихся, необходимы будущим специалистам для успешной работы с рекламными и PR-текстами. Без владения всем комплексом средств языковой выразительности, приемов аргументации и дозволенного языкового манипулирования, без умения правильно выстроить композицию текста невозможно создать качественный рекламный и PR-продукт. Знания и навыки, получаемые магистрантами при изучении данного предмета, позволят им не только успешно создавать авторские произведения, но и давать экспертную оценку текстам других авторов, а при необходимости и осуществлять обработку таких текстов.

### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

Основной целью учебной дисциплины является формирование у обучающихся целостного представления о системе языковых и стилистических приемов, а также выработка необходимых умений, позволяющих создавать рекламный и СО-продукт (PR-текст).

Основные задачи дисциплины:

- знакомство с главными стилистическими чертами рекламного функционального стиля, а также с особенностями PR-текстов;
- анализ разноуровневых языковых ресурсов средств выразительности, используемых в рекламе;
- рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения;
- знакомство с языковыми особенностями рекламных слоганов, заголовков, словесных товарных знаков;
- изучение языковых особенностей разнообразных жанров рекламы и PR;
- формирование умений по языковому оформлению авторских рекламных и PR-текстов;
- выработка навыков анализа, оценки и обработки рекламных и PR-текстов в соответствии с нормами русского языка.

**Форма(ы) промежуточной аттестации:** экзамен в 3 семестре.

### **Б1.О.07 Создание текста в рекламной и PR-коммуникации**

Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:

ПКВ(о)-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

– в результате изучения данной дисциплины студенты должны познакомиться со спецификой копирайтинга и создания рекламных текстов, получить представление о видах, формах и жанрах рекламных текстов, овладеть навыками создания рекламных текстов в зависимости от задач и сферы применения.

*Задачи учебной дисциплины:*

- знать основы копирайтинга; правила составления рекламных текстов;
- уметь анализировать рекламные тексты и отдельные их элементы; использовать эффективные приемы создания рекламных текстов;
- владеть навыками создания различных форм и жанров рекламных текстов; навыками оптимизации рекламных текстов.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой в 3 семестре.

## **Б1.О.08 Корпоративная культура и СМИ**

*Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.*

*Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:*

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

*Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: (обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)*

Учебная дисциплина «Б1.О.08 Корпоративная культура и СМИ» относится к обязательной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Учебная дисциплина «Б1.О.08 Корпоративная культура и СМИ» может быть соотнесена со следующими дисциплинами: «Разработка и реализация коммуникационной стратегии», «Управление агентством рекламы и СО».

*Цели и задачи учебной дисциплины*

*Целью освоения учебной дисциплины является* предоставление целостного представления об основных социально-психологических закономерностях возникновения и функционирования социальных групп, групповых процессах, определяющих эффективность деятельности группы, влияние личности руководителя на успешность лидерства внутри организации, об основных принципах формирования и управления трудовыми коллективами и командами.

*Задачи учебной дисциплины:*

- овладение современными представлениями о внутренних связях и отношениях в организациях;
- изучение современных концепций, типологий организаций;

- формирование системного представления о видах и способах организации внутрикорпоративной коммуникации;
  - знакомство с методами диагностики и коррекции корпоративной культуры инструментами внутрикорпоративных СО;
  - изучение возможных способов использования инструментов внутрикорпоративных СО в деле укрепления имиджа организации, повышения ее цельности
  - обобщение теоретического и анализ практического опыта;
  - прояснение значения внутрикорпоративных отношений для связей с общественностью;
  - тренинг навыков исследования и формирования организационного поведения, организационных взаимоотношений.

*Форма(ы) промежуточной аттестации – зачет с оценкой*

### **Б1.О.09 СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ОПК – 2 – способность анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-2.1. Выявляет причинно- следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов

ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: (обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)**

Учебная дисциплина «СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура) и входит в обязательную часть этого цикла.

«СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования» является важной частью подготовки специалиста. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что технологии лоббизма и GR в настоящее время используются в разных сферах деятельности и входят в коммуникационные кампании, подготовка которых требует специальных навыков и знаний. В связи с этим существует потребность в систематизации знаний о методах достижения целей организации во взаимоотношениях с государственными органами власти.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

Цель изучения учебной дисциплины – раскрыть сущность и значение СМИ во взаимодействии с государственными структурами. В процессе изучения данного курса студенты должны получить комплексные знания о технологиях лоббирования, предмете и объекте изучения, общем и особенном в системе взаимоотношений СМИ с органами государственной власти.

Основными задачами учебной дисциплины являются: рассмотрение СМИ как политического института в социально-экономической и политической жизни, сравнение данных ка-

тегорий в США, Западной Европе и России; анализ взаимодействия СМИ с государственными структурами в России, методов и технологий работы СМИ; изучение специфики GR, классификации лоббизма.

**Форма(ы) промежуточной аттестации – зачет.**

### **Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований**

**Общая трудоемкость дисциплины 4 з.е.**

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:

ПКВ(о)-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

ПКВ(о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Место учебной дисциплины** в структуре ОПОП: обязательная часть блока Б1.

Учебная дисциплина Б1.О.10 «Методология и методика медиаисследований» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура) и входит в обязательную часть этого цикла.

Она базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Основы теории журналистики», «Основы творческой деятельности журналиста», «Социология журналистики», «Современные теории СМИ», нормативного курсов философии, политологии, правоведения. Изучение дисциплины «Методология и методика медиаисследований» сопрягается с овладением теоретико-методологическим базисом дисциплин общенаучного и профессионального циклов данной образовательной программы: «Современные проблемы науки и журналистика», «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях», «Теория и практика медиасистем», «Современный медиатекст», «Информационное право в журналистике», «Современный медиадискурс», с заданиями по практическому применению их в ходе научно-исследовательской работы и с выполнением программ профессионально-журналистской практики.

**Цели и задачи** учебной дисциплины

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

- теоретическое и практическое овладение современной методологией исследования функционирования средств массовой информации

*Задачи учебной дисциплины:*

- глубокое и всестороннее изучение методологии научных исследований в области гуманитарных наук;

- изучение сопряженности методологии научных исследований в области гуманитарных наук с современными отраслями междисциплинарных исследований, открывающих общие и частные закономерности функционирования средств массовой коммуникации и массовой информации;

- постижение конкретно-исторического развития научной мысли, формирование научных парадигм, сформировавших важнейшие отрасли современной науки, в том числе, гуманитарной;

- понимание специфики научного подхода к изучению различных сфер деятельности средств массовой коммуникации и массовой информации, выбора методики исследования функций, предмета, методов формирования содержания массовых информационных потоков для научных исследований и повседневной работы журналиста;
- выработка навыка определения параметров содержания медиатекстов для использования их в научных исследованиях и профессиональной деятельности;
- закрепление представлений о легитимности и корректности использования информационных ресурсов в научной и творческой деятельности.

**Форма(ы) промежуточной аттестации – экзамен.**

### **Б1.О.11 Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации**

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ОПК-4 - способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-4.1. - интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп

ОПК-4.2. - организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины являются:

- сформировать у будущих магистров системные знания и умения в области применения эмпирических методов исследования массовой коммуникации

Задачи учебной дисциплины:

- формирование знаний о методологических подходах к социологическому обеспечению рекламных и PR кампаний;
- формирование знаний об особенностях количественных, качественных и смешанных технологий;
- выработка умений и навыков использования количественных процедур изучения потребительского и электорального поведения;
- выработка умений и навыков применения качественных маркетинговых технологий;
- выработка умений и навыков использования контент-анализа для исследования медиатекстов.

Форма(ы) промежуточной аттестации - экзамен

## **Б1.В.01 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности**

**Общая трудоемкость дисциплины** 7 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия:

УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стратегии академического и профессионального общения

УК-4.3. Умеет вести устные деловые переговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном языке РФ

УК-4.4 Аргументировано и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в академических и профессиональных дискуссиях на государственном языке РФ

УК-4.5 Владеет интегративными коммуникативными умениями в устной и письменной русской и иноязычной речи в ситуациях академического и профессионального общения

УК-4.6 Умеет составлять и редактировать профессионально ориентированные тексты, а также академические тексты (рефераты, эссе, обзоры, статьи и т.д.)

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина Б1.В.01 «Филологическое обеспечение профессиональной деятельности» относится к части Б1.В, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

Курс «Филологическое обеспечение профессиональной деятельности и деловой коммуникации» ставит целью формирование грамотной языковой личности магистранта, компетентного в вопросах литературных, лингвоэтических, лингвоправовых норм устной и письменной публичной речи, владеющего коммуникативными технологиями для академического и профессионального взаимодействия.

*Задачи учебной дисциплины:*

- изучить литературные нормы современного русского языка;
- изучить основные нормы речевой коммуникации, необходимые в профессиональной деятельности;
- усвоить информацию о современной лингвоэкологической ситуации в сфере СМК и изучить основные лингвоэтические нормы;
- получить представление об основных нормах речевого взаимодействия в его соотношении с русским национальным и гендерным менталитетом;
- изучить основные лингвоправовые нормы, необходимые в профессиональной речевой публичной деятельности.

**Форма(ы) промежуточной аттестации** - экзамен.

## **Б1.В.02 Теория и практика аргументации**

**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий:

УК-1.1. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию практического решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов;

УК-1.2. Логично и аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок в рассуждениях других участников деятельности.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина относится к Блоку Б1.В, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целями** освоения учебной дисциплины являются:

- знакомство обучаемых с основными принципами и нормами аргументационного анализа речи;
- умения грамотно вести дискуссию и диалог;
- умения распознавать уловки недобросовестных ораторов;
- умения понимать логические доводы другого и строить свою речь аргументировано и ясно.

**Задачи учебной дисциплины:**

- ознакомить слушателей с современной теорией и практикой аргументации;
- дать представление слушателям об основных концепциях аргументации, основах прагматики, теоретических положениях о коммуникативной природе аргументативного дискурса и аргументативной природе речи, о связи аргументации с логикой и риторикой;
- привить навыки владения основными приемами и правилами анализа аргументативного дискурса;
- научить ведению дискуссии.

**Форма(ы) промежуточной аттестации** – ЗаО.

## **Б1.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з. е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-2.1 Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

УК-2.2 Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы, использует актуальное ПО

УК - 2.3 Проектирует смету и бюджет проекта, оценивает эффективность результатов проекта

УК-2.4 Составляет матрицу ответственности и матрицу коммуникаций проекта

УК-2.5 Использует гибкие технологии для реализации задач с изменяющимися во времени параметрами

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина относится к вариативной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

- формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных проектов в медиасфере.



**Задачи учебной дисциплины:**

- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области проектного менеджмента,
- формирование целостного представления о проектном менеджменте в медиасфере,
- знакомство с функциональными обязанностями менеджера по проектам.

**Форма промежуточной аттестации:** экзамен.

**Б1.В.04 Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО**

Общая трудоемкость дисциплины - 3 ЗЕТ/ 108 ч.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-1: Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.

ПКВ-1.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями.

ПКВ-1.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

ПКВ(о)-2: Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место учебной дисциплины в структуре ООП: место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательного процесса.

Целями освоения учебной дисциплины являются: создать системное представление о комплексе маркетинговых коммуникаций, особенностях планирования и реализации рекламных и СО-кампаний, методах оценки эффективности рекламных и СО-кампаний.

Задачами освоения учебной дисциплины являются: Сформировать представление о стратегии и тактике рекламной и СО-кампании, разработке плана и медиаплана, специфике коммуникативной и маркетинговой эффективности кампании.

Форма промежуточной аттестации - экзамен (2 семестр).

**Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности**

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели:

УК-3.1 Вырабатывает конструктивные стратегии и на их основе формирует команду, распределяет в ней роли для достижения поставленной цели.

УК-3.2 Планирует и корректирует работу команды с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды для достижения поставленной цели.

УК-3.3 Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении в команде на основе учета интересов всех сторон.

УК-3.4 Организует и руководит дискуссиями по заданной теме и обсуждением результатов работы команды с привлечением последователей и оппонентов разработанным идеям.

УК-3.5 Проявляет лидерские и командные качества, выбирает оптимальный стиль взаимодействия при организации и руководстве работой команды.;

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания.

УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяет реалистичные цели и приоритеты профессионального роста, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.

УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом задач саморазвития, накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда.

УК-6.4 Реализует приоритеты собственной деятельности, в том числе в условиях неопределенности, корректируя планы и способы их выполнения с учетом имеющихся ресурсов

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** дисциплина относится к вариативной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у магистрантов систематизированных научных представлений, практических умений и компетенций в области современных теорий личности и технологий ее развития.

#### **Задачи учебной дисциплины:**

- 1) усвоение магистрантами системы знаний об современных теориях личности и технологиях ее развития как области психологической науки, о прикладном характере этих знаний в области их будущей профессиональной деятельности;
- 2) формирование у студентов умений, навыков и компетенций, направленных на развитие и саморазвитие личности профессионала;
- 3) укрепление у обучающихся интереса к глубокому и детальному изучению современных теорий личности и технологий ее развития, практическому применению полученных знаний, умений и навыков в целях собственного развития, профессиональной самореализации и самосовершенствования.

**Форма промежуточной аттестации – зачет.**

### **Б1.В.06 Создание имиджа в СМИ**

**Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.**

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПКВ(о)-3 способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны.

ПКВ(о)-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

ПКВ-3 Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.1 отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках

ПКВ-3.2 планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина «Создание имиджа в СМИ» относится к базовой части дисциплин по выбору, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура). Будучи преимущественно прикладной, настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности имиджмейкера в XXI веке. Ввиду усложняющихся задач продвижения акторов, организаций, территорий и иных субъектов ПР и объектов имиджмейкинга в расчете на многообразные целевые аудитории – внутренние (персонал, топ-менеджмент), внешние (клиентами, партнерами, СМИ, органы государственной власти) имиджмейкерская деятельность призвана способствовать гармонизации общественных отношений за счет эффективного имиджевого воздействия на ЦА. Первостепенную роль в этом играют разнообразные СМИ – корпоративные, клиентские, региональные и федеральные печатные СМИ, Интернет-СМИ, гражданская журналистика (блоги, социальные сети).

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

**Цель:** дать представление о специфике создания имиджа публичной персоны, организации, органа государственной власти и иного актора за счет медиарилейшнз и паблисити, с одной стороны, и медийного (в том числе конфликтогенного) дискурса, с другой.

#### **Задачи:**

1) Выяснить различные точки зрения на имидж (разнообразных субъектов ПР-деятельности). Выявить задачи, медийные и немедийные средства имиджмейкинга в различных сферах.

2) Сформировать навыки коррекции имиджа за счет СМИ.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

## **Б1.В.07 Бизнес-моделирование в СМИ**

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-1. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.

ПКВ-1.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

ПКВ-1.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями

ПКВ-1.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ПК-1.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

ПКВ(о)-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ(о)-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства.

ПКВ(о)-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПКВ(о)-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ(о)-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к вариативной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки магистрантов по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью.

Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели и задачи лекционных занятий:

- предоставить комплекс знаний и навыков, методологические и технологические основы создания и дальнейшего оптимального функционирования предприятия, выпускающего СМИ, на медиарынке России;
- формирование целостного представления о технологии создания предприятия массмедиа и его медийных продуктов на пути от замысла до воплощения с применением метода моделирования;
- дать представление о бизнес-моделировании как инструменте создания, текущего управления и развития предприятия массмедиа.

Цели и задачи практических занятий:

- подготовить студентов к использованию комплекса знаний и навыков, методологических и технологических основ бизнес-моделирования на практике при создании, изменении концепции, других изменениях в стратегии и функционировании медиапредприятия и его медийных продуктов;
- сформировать способности самостоятельно анализировать и делать собственные выводы об уровне профессиональных стратегий, действий, реалий, присутствующих на тех или иных предприятиях медиаотрасли;
- предоставить студентам возможность моделировать бизнес-процессы современного медиапредприятия, действующего в условиях становления национальной экономики и гражданского общества в России.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

### **Б1.В.08 Современная пресс-служба организации**

Общая трудоемкость дисциплины: 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ(о)-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы

ПКВ-3 Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.1 отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках

ПКВ-3.2 планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - познакомить студентов с основами теории и технологий работы современных пресс-служб, применяемых в практике СО, в общественно-политической и экономической сферах.

Задачи курса:

- знакомство с методами анализа и проектирования коммуникативной среды компании;
- овладение навыками использования методов информационной, аналитической и организационной работы компаний со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы;
- знакомство с кейсами из практики современных пресс-служб, работающих в различных сферах;
- овладение навыками работы пресс-службы в кризисных ситуациях и выстраивания антикризисной коммуникационной стратегии.

### **Б1.В.09 Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО**

Общая трудоемкость дисциплины 3 з.е.

Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций и индикаторов:

ПКВ-2. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ-2.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

ПКВ-2.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

*Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:* дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью.

*Цели и задачи учебной дисциплины:*

*Цели дисциплины:* изучение современных информационных технологий, включая технологии анализа и обработки данных, их применение в рекламной деятельности и связях с общественностью.

*Задачи дисциплины:*

- освоение современных технологий организации работы с информацией, ее получения, обработки, анализа и хранения;
- получение практических знаний и навыков по работе с программным обеспечением, предназначенным для работы с текстовой и графической информацией
- освоение навыков по использованию современных компьютеризированных информационно-телекоммуникационных систем и сетевых технологий

*Форма промежуточной аттестации:* экзамен.

### **Б1.В.10 Разработка и продвижение контента**

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-3 Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.1 отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках

ПКВ-3.2 планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ

*Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:* дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

*Цели и задачи учебной дисциплины*

*Цель данной дисциплины* - изучение современных принципов и методов формирования контент-стратегий и развития компаний посредством контента.

*Задачи курса:*

- изучить технологии контент-маркетинга: от создания стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, создания редакционного календаря до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов;

- изучить особенности восприятия контента потребителями, различия видов и форм контента, особенности привлечения аудитории для различных видов контента, а также инструменты продвижения контента.

Форма(ы) промежуточной аттестации – зачёт с оценкой

### **Б1.В.11 Разработка и реализация коммуникационной стратегии**

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ-3 Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.1 отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках

ПКВ-3.2 планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью», программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель данной дисциплины - формирование целостного представления о закономерностях и принципах, процедурах и технологиях реализации процесса управления коммуникациями компании

*Задачи курса:*

- изучить маркетинговую, медийную и креативную составляющие коммуникационной стратегии;
- овладеть навыками позиционирования компаний посредством комплексного коммуникационного подхода;
- изучить методы составления программы использования коммуникационных инструментов, в том числе антикризисных, для формирования медийного имиджа компаний и их продвижения.

Форма(ы) промежуточной аттестации – зачёт

### **Б1.В.12 Основы научных исследований в профессиональной деятельности**

**Общая трудоемкость дисциплины: 2 з.е. (72 ч)**

**Дисциплина направлена на освоение следующих компетенций:**

**ПКВ-1** Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций

ПКВ-1.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

ПКВ-1.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями

ПКВ-1.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации

ПКВ-1.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

**ПКВ(о)-2** Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы

ПКВ(о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Учебная дисциплина «Б1.В.12 Основы научных исследований в профессиональной деятельности» относится к базовой части цикла дисциплин по направлению подготовки 42.04.01 – «Реклама и связи с общественностью» программа "Реклама и связи с общественностью в СМИ". В результате освоения дисциплины бакалавры должны иметь четкое представление о комплексе современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций, знать наиболее яркие и интересные приёмы организации рекламных кампаний, уметь их анализировать и определять факторы, обеспечивающие их индивидуальность. Дисциплина «Основы научных исследований в профессиональной деятельности» сочетается с дисциплиной «Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО»

### **Цели и задачи учебной дисциплины (краткое содержание):**

#### **Целями учебной дисциплины являются:**

- научить студентов применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций
- научить студентов использовать современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).
- научить студентов разрабатывать и применять современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями
- научить студентов использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

#### **Задачи учебной дисциплины:**

- научить студентов осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы
- ознакомить студентов с аналитическими методами и инструментами для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.
- научить студентов осуществлять анализ ситуации и разрабатывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет

**Б1.В.ДВ.01.01 Коммерческая номинация в массовой коммуникации**



**Общая трудоемкость дисциплины** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПКВ(о) – 3 - способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПКВ(о)-3.1. - создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПКВ-3 - способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.3. - получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: (обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)**

Учебная дисциплина «Коммерческая номинация в массовой коммуникации» относится к профессиональному циклу дисциплин Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в СМИ (магистратура) и входит в вариативную часть этого цикла.

«Коммерческая номинация в массовой коммуникации» является важнейшей частью профессиональной подготовки специалиста по рекламе и связям с общественностью. Место дисциплины в системе высшего образования определяется тем, что проблема нейминга является актуальной проблемой в современном обществе. В настоящее время назрела потребность в оптимизации процесса нейминга, в необходимости обобщения результатов исследований отечественных и зарубежных ученых в этой сфере, возникла необходимость разработки рекомендаций по эффективному неймингу.

Учебная дисциплина «Коммерческая номинация в массовой коммуникации» является предшествующей для дисциплины: «Язык рекламы и СО».

#### **Цели и задачи учебной дисциплины**

Цель изучения учебной дисциплины – освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

Основными задачами учебной дисциплины являются: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения эффективности коммерческого названия.

**Форма(ы) промежуточной аттестации** - зачет

### **Б1.В.ДВ.01.02 Социальная и политическая реклама в СМИ**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 2 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПКВ-3. Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента:

ПКВ-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательного процесса, блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

Цели и задачи лекционных занятий:

- знакомство студентов со специфическими видами рекламы: социальной и политической;
- формирование представлений об их функциональном назначении, особенностях законодательного регулирования, каналах распространения;
- изучение истории развития данных видов рекламы в РФ;
- контроль усвоения студентами учебного материала.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.ДВ.01.03 Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Общая трудоемкость 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способности ее совершенствования на основе самооценки

УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания.

УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяет реалистичные цели и приоритеты профессионального роста, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.

УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом задач саморазвития, накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда.

УК-6.4 Реализует приоритеты собственной деятельности, в том числе в условиях неопределенности, корректируя планы и способы их выполнения с учетом имеющихся ресурсов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина.

Цели и задачи учебной дисциплины.

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у студентов представлений об особенностях процесса сопровождения лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Задачи учебной дисциплины: формирование представлений о текущих тенденциях развития инклюзивной, интегративной и дифференцированной практики в рамках психоло-

го-педагогического сопровождения лиц с ограниченными возможностями здоровья; формирование представлений о содержании понятия ограниченные возможности здоровья; формирование практических навыков и умений определять содержание, методы и оптимальные формы осуществления деятельности при реализации программ инклюзивного образования; формирование основ личностного отношения студентов к лицам с ОВЗ.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

### **Б1.В.ДВ.02.01 Геймификация в рекламе и СО**

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПКВ-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.1. умение формулировать концепцию научного исследования;

ПКВ-3.3. владение навыками получения, интерпретации и представления результатов исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Геймификация в рекламе и СО» относится к циклу дисциплин по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ») (магистратура).

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

- формирование компетенций по разработке и продвижению коммуникационных продуктов с применением игровых технологий.

**Задачи учебной дисциплины:**- знакомство студентов с основными профессиональными терминами в области игровых технологий,  
-формирование представлений о видах игровых технологий, применяемых при создании проекта в рекламе и СО,  
-формирование представлений о философско-психологическом и лингвистическом аспекте категории игры.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.В.ДВ.02.02 История рекламы и связей с общественностью**

**Общая трудоемкость дисциплины** 3 з.е.

**Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:**

ПКВ-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.1. умение формулировать концепцию научного исследования;

ПКВ-3.3. владение навыками получения, интерпретации и представления результатов исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «История рекламы и связей с общественностью» относится к циклу дисциплин по выбору Федерального государственного образовательного стандарта высшего обра-

зования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ») (магистратура).

### **Цели и задачи учебной дисциплины**

Цель изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является сформировать кругозор обучающихся путем освоения исторических знаний о рекламе и связях с общественностью.

Задачами дисциплины являются:

- проследить развитие рекламных и СО-жанров во взаимосвязи с общекультурными факторами;
- рассмотреть структуру периодов развития рекламы и СО внутри различных цивилизационных этапов человечества: соотносимость институциональной, конфессиональной, политической, коммерческой, межличностной, социальной и т. д. рекламы и СО в периоды античности, средневековья, нового времени и в XIX в.;
- достичь понимания студентами процессов, характеризующих современный мировой рынок рекламы и СО и его перспективы;
- определить место и роль российской рекламы и отечественных СО в мировом пространстве.

**Форма промежуточной аттестации** – экзамен.

### **Б1.В.ДВ.02.03 Основы конструктивного взаимодействия лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательном процессе**

Общая трудоемкость 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способности ее совершенствования на основе самооценки

УК-6.1 Оценивает свои личностные ресурсы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания.

УК-6.2 Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяет реалистичные цели и приоритеты профессионального роста, способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям.

УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию, используя инструменты непрерывного образования, с учетом задач саморазвития, накопленного опыта профессиональной деятельности и динамично изменяющихся требований рынка труда.

УК-6.4 Реализует приоритеты собственной деятельности, в том числе в условиях неопределенности, корректируя планы и способы их выполнения с учетом имеющихся ресурсов

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина.

Цели и задачи учебной дисциплины.

Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование у студентов конструктивных представлений о взаимодействии лиц с ограниченными возможностями в образовательном процессе.

Задачи учебной дисциплины: формирование готовности студентов к осуществлению деятельности по преодолению в социуме стигматизации установок, предупреждению стереотипного восприятия и отношения общества к лицам с ограниченными возможностями здоровья; знакомство студентов с методиками оценки эффективности организации образователь-

ной среды и деятельности участников образовательного процесса в инклюзивном, интегративном и дифференцированном образовании; знакомство с методами проектирования индивидуальной образовательной траектории учащихся в пространстве инклюзивного, интегративного и дифференцированного образования; знакомство с современными технологиями разработки образовательных программ для лиц с ограниченными возможностями здоровья; формирование навыков ведения научно-исследовательской и научно-методической деятельности в пространстве инклюзивного образования.

### **Б1.В.ДВ.03.01 Реклама и СО в Интернете**

*Общая трудоемкость дисциплины - 3 ЗЕТ/ 108 ч.*

*Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:*

ПКВ(о)-3: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПКВ(о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

ПКВ-3: способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.

*Место учебной дисциплины в структуре ООП:* место учебной дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина относится к вариативной части ОПОП, дисциплинам по выбору.

*Целями освоения учебной дисциплины являются:* научить студентов создавать и размещать контекстную рекламу, разрабатывать рекламный и СО-контент, оперативно управлять рекламной и СО- кампанией в сети.

*Задачами освоения учебной дисциплины являются:* познакомить студентов с рекламной и СО-деятельностью в интернете, дать представление об особенностях различных видов рекламы и СО-продвижения в интернете, познакомить с различными видами контента и способами его создания.

*Форма промежуточной аттестации - зачет (3 семестр).*

### **Б1.В.ДВ.03.02 Реклама и СО в печатных изданиях**

**Общая трудоемкость дисциплины:** 3 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:

ПКВ(о)-3. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

#### **Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б.1. рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью.

#### **Цели и задачи учебной дисциплины:**

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

- знать рекламный рынок в целом и, в частности, его отдельный сегмент – рекламный рынок газет и журналов; особенности газетной и журнальной рекламы и СО-публикаций в печатных СМИ, принципы создания рекламных и СО-текстов в печатных СМИ;

- уметь использовать полученные теоретические знания в практической деятельности; анализировать печатные рекламные и СО- тексты и отдельные их элементы;

- владеть навыками грамотного выбора наиболее целесообразных и перспективных приемов при создании печатных рекламных и СО- текстов; освоение принципов работы с рекламными и СО-текстами.

*Задачи учебной дисциплины:*

- дать студентам знания в области газетной и журнальной рекламы и СО-публикаций;
- ознакомить студентов с современной ситуацией на СО- и рекламном рынке печатных изданий;

- проанализировать преимущества и недостатки газетной и журнальной рекламы, способы работы с заказчиками СО- и рекламных материалов печатных СМИ

- рассмотреть особенности составления СО-публикаций и рекламных сообщений в газетах и журналах;

- сформировать у студентов навыки создания эффективных СО-материалов и рекламных объявлений, рассчитанных на читательскую аудиторию печатных СМИ.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

#### **Б1.В.ДВ.04.01 Политконсалтинг**

Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

ПКВ(о)-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.

ПКВ(о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-3.1. Формулирует концепцию научного исследования

ПКВ-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации

ПКВ-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

*Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: (обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)*

Учебная дисциплина «Политконсалтинг» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в кризисных ситуациях. В условиях современного общества кризисные ситуации становятся явлением все более частым. Ввиду этого консалтинг в кризисных ситуациях призван способствовать гармонизации общественных отношений с учётом интересов разных целевых аудиторий, а также разрешению кризисных ситуаций в разных сферах детальности.

Учебная дисциплина «Политконсалтинг» коррелирует с такими дисциплинами, как «Консалтинг в кризисных ситуациях» и «Управление агентством рекламы и СО».

*Цели и задачи учебной дисциплины*

*Целью освоения учебной дисциплины является* подготовка студента к консультационной деятельности в сфере публичной коммуникации в соответствии с задачами связей с общественностью.

*Задачи учебной дисциплины:*

- познакомить студентов с технологиями социально-политического моделирования, методикой создания имиджа публичной персоны,
- выработать умение диагностировать проблемную ситуацию, смягчать и нейтрализовать имиджевые риски,
- определить место консультирования в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

*Форма(ы) промежуточной аттестации - зачет*

### **Б1.В.ДВ.04.02 Консалтинг в кризисных ситуациях**

*Общая трудоемкость дисциплины 2 з.е.*

*Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:*

ПКВ-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-3.1. Формулирует концепцию научного исследования

ПКВ-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации

ПКВ-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

*Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: (обязательная или вариативная часть блока Б1, к которой относится дисциплина)*

Учебная дисциплина «Консалтинг в кризисных ситуациях» относится к вариативной части рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Настоящая дисциплина дает представление о многообразии деятельности специалиста по связям с общественностью в кризисных ситуациях. В условиях современного общества кризисные ситуации становятся явлением все более частым. Ввиду этого консалтинг в кризисных ситуациях призван способствовать гармонизации обществен-

ных отношений с учётом интересов разных целевых аудиторий, а также разрешению кризисных ситуаций в разных сферах детальности.

Учебная дисциплина «Консалтинг в кризисных ситуациях» коррелирует с такими дисциплинами, как «Политконсалтинг» и «Управление агентством рекламы и СО».

*Цели и задачи учебной дисциплины*

*Целью освоения учебной дисциплины является* подготовка студента к консультационной деятельности в кризисных ситуациях в сфере публичной коммуникации в соответствии с задачами связей с общественностью.

*Задачи учебной дисциплины:*

- познакомить студентов с технологиями социально-политического моделирования, методикой создания имиджа публичной персоны,
- выработать умение диагностировать проблемную ситуацию, смягчать и нейтрализовать имиджевые риски,
- выработать алгоритм реагирования в кризисных ситуациях;
- определить место консультирования в общей системе общественных связей и различных видах информационно-коммуникационного процесса.

*Форма(ы) промежуточной аттестации - зачет*

## **ФТД.В.01 Творческая лаборатория по рекламе**

Общая **трудоемкость** дисциплины: 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:

ПКВ-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина относится к факультативам блока ФТД. рабочего учебного плана подготовки магистров по направлению 42.04.01. Реклама и связи с общественностью.

**Цели и задачи учебной дисциплины:**

*Целями освоения учебной дисциплины являются:*

ознакомить студентов с теоретическими и практическими знаниями и навыками в области творчества, с исследованиями в области творческой деятельности и креативности; научить студентов создавать и анализировать рекламу, используя знания в области творчества и креативных коммуникаций.

*Задачи учебной дисциплины:*

- дать студентам теоретические знания основ творческой деятельности и копирайтинга; правил и алгоритмов составления креативных рекламных текстов;
- сформировать у студентов умения анализировать рекламные сообщения с точки зрения творчества и креативных коммуникаций;
- сформировать у студентов навыки создания и оптимизации рекламных сообщений, используя знания в области творчества и креативных коммуникаций.

**Форма промежуточной аттестации:** зачет.

## **ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО**

Общая **трудоемкость** дисциплины 2 з.е.

Дисциплина направлена на формирование следующих **компетенций и индикаторов** их достижения:



ПКВ-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПКВ-3.1. умение формулировать концепцию научного исследования;

ПКВ-3.3. владение навыками получения, интерпретации и представления результатов исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

**Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:** Учебная дисциплина ФТД.В.02 «Творческая лаборатория по СО» относится к циклу факультативов Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (программа «Реклама и связи с общественностью в СМИ») (магистратура). Будучи прикладной и практико-ориентированной, дисциплина дает представление о креативных технологиях в СО-деятельности.

**Цели и задачи учебной дисциплины**

**Целью освоения учебной дисциплины является:**

- формирование компетенций по применению креативных приемов и методов в СО-деятельности.

**Задачи учебной дисциплины:**

- сформировать целостное представление у студентов об основных жанровых разновидностях PR-текстов;

- познакомить студентов с основами жанровой типологии PR-текстов (терминологией, важнейшими теоретическими положениями, методологией и методиками исследования);

- дать представление о многообразии PR-текстов, правилах их оформления и способах рассылки.

**Форма промежуточной аттестации – зачет**

## Приложение 7

### **Б2.О.01(Н) Производственная практика, научно-исследовательская работа**

**Общая трудоемкость практики 4 з.е.**

**Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:**

ПКВ(о)-2 способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы (ПКВ(о)-2.1-2.2)

ПКВ(о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Место практики в структуре ОПОП:** Производственная практика, научно-исследовательская работа относится к обязательной части дисциплин блока Практика, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Целью** производственной практики, научно-исследовательской работы является представление для коллективного обсуждения магистрантами проанализированного эмпирического материала или результатов исследования для выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

**Задачами** производственной практики, научно-исследовательской работы является:

- формирование умений готовить и презентовать результаты научно-исследовательской работы;
- формирование умения обсуждать результаты научно-исследовательской работы однокурсников;
- способствовать приобретению студентами опыта рефлексивного отношения к своему труду;
- актуализировать у студентов готовность и потребность в непрерывном самообразовании, профессиональном самосовершенствовании и личностном развитии;
- способствовать развитию научного сознания и мышления будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- способствовать усвоению студентами представлений о генезисе научной картины мира, естественных и гуманитарных науках;
- знакомить студентов с методологией научного познания;
- вырабатывать у студентов навыки самостоятельной научно-исследовательской деятельности и популяризации научного знания.

**Тип практики (ее наименование):** производственная, научно-исследовательская работа.

**Способ проведения практики:** стационарная.

**Форма проведения практики:** непрерывная.

**Разделы (этапы) практики:**

1. Методология научного исследования.
2. Методика проведения научного исследования.
3. Магистерская диссертация.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет с оценкой.

## **Б2.О.02(П) Производственная практика , профессионально-творческая**

**Общая трудоемкость практики 3 з.е.**

**Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:**

ПКВ(о)-3 способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКВ(о)-3.1-3.4)

ПКВ(о)-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПКВ(о)-3.2. создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач;

ПКВ(о)-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны.

ПКВ(о)-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

**Место практики в структуре ОПОП:** Производственная практика, профессионально-творческая относится к обязательной части дисциплин блока Практика, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Целью** производственной практики, профессионально-творческой является формирование навыков авторской деятельности по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**Задачами** производственной практики, профессионально-творческой является:

- формирование навыков создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
- формирование навыков создания сценариев для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач;
- создание навыков формирования целевого репутационного образа организации/компании/персоны;
- наработка опыта интеграции коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии.

**Тип практики (ее наименование):** производственная, профессионально-творческая.

**Способ проведения практики:** стационарная.

**Форма проведения практики:** непрерывная.

**Разделы (этапы) практики:**

Подготовительный (организационный) этап: инструктаж по технике безопасности, общее знакомство с местом практики (научно-исследовательскими лабораториями), составление и утверждение графика прохождения практики, изучение литературных источников по теме экспериментального исследования, реферирование научного материала и т.д.

Экспериментальный этап: разработка рекламного или СО-продукта, обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки.

Заключительный этап: применение научных методов при анализе коммуникационной деятельности организации, репрезентация полученных данных в виде отчета и материала для магистерской диссертации.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет с оценкой.

## **Б2.О.03(Пд) Производственная практика, преддипломная**

**Общая трудоемкость практики** 4 з.е.

**Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:**

ПКВ(о)-2 способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы (ПКВ(о)-2.1-2.2)

ПКВ(о)-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.

ПКВ(о)-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Место практики в структуре ОПОП:** Производственная практика, преддипломная относится к обязательной части дисциплин блока Практика, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Целью** производственной практики, преддипломной является формирование навыков проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик.

**Задачами** производственной практики, профессионально-творческой является:

- Развить навыки использования аналитических методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применения их на практике.

- сформировать навыки консультанта и эффективной работы в качестве руководителя творческого коллектива на региональном и / или федеральном рынке рекламы и СО.

- апробировать результаты магистерской диссертации.

**Тип практики (ее наименование):** производственная, преддипломная.

**Способ проведения практики:** стационарная.

**Форма проведения практики:** непрерывная.

**Разделы (этапы) практики:**

Подготовительный (организационный) этап: инструктаж по технике безопасности, общее знакомство с местом практики (научно-исследовательскими лабораториями), составление и утверждение графика прохождения практики, изучение литературных источников по теме экспериментального исследования, реферирование научного материала и т.д.

Экспериментальный этап: разработка рекламного или СО-продукта, обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки.

Заключительный этап: применение научных методов при анализе коммуникационной деятельности организации, репрезентация полученных данных в виде отчета и материала для магистерской диссертации.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет с оценкой.

## **Б2.В.01(П) Производственная практика, организационно-творческая**

**Общая трудоемкость практики** 4 з.е.

**Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:**

ПКВ(о)-1 способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью:

ПКВ(о)-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства.

ПКВ(о)-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.

ПКВ(о)-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ(о)-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.

ПКВ-3 Способен управлять информационными ресурсами, организовать работу по созданию и редактированию контента.

ПКВ-3.1 отслеживает, координирует и управляет информационными материалами внутри организации, в СМИ, сети Интернет и других источниках

ПКВ-3.2 планирует и распределяет работы по созданию и редактированию контента, осуществляет мониторинг и оценку результатов выполнения работ

**Место практики в структуре ОПОП:** Производственная практика, организационно-творческая относится к вариативной части дисциплин блока Практика, формируемой участниками образовательных отношений, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Целью** производственной практики, организационно-творческой является выявление степени подготовленности студента-магистранта к реализации профессиональных умений и навыков в сфере организации работы и руководства предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью.

**Задачами** производственной практики, организационно-творческой является:

- сформировать навыки управления информационными ресурсами компании в СМИ и в Интернете;

- приобрести навыки планирования работы по созданию и редактированию контента;

- закрепить навыки аналитической деятельности и способности к оценке качества своей работы;

- проявить навыки организации и корректировки чужой деятельности при планировании и реализации, контроле и оценке рекламных кампаний и кампаний в связях с общественностью при решении производственных задач, выступить руководителем коммуникационного проекта в интересах организации, публичной персоны, общественной организации, политической партии, СМИ, органа государственной власти и т.п.

**Тип практики (ее наименование):** производственная, организационно-творческая.

**Способ проведения практики:** стационарная.

**Форма проведения практики:** непрерывная.

**Разделы (этапы) практики:**

Подготовительный (организационный) этап: инструктаж по технике безопасности, общее знакомство с местом практики (научно-исследовательскими лабораториями), составление и утверждение графика прохождения практики, изучение литературных источников по теме экспериментального исследования, реферирование научного материала и т.д.

Экспериментальный этап: разработка рекламного или СО-продукта, обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки.

Заключительный этап: применение научных методов при анализе коммуникационной деятельности организации, репрезентация полученных данных в виде отчета и материала для магистерской диссертации.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет с оценкой.

## **Б2.В.02(П) Производственная практика, научно-исследовательская практика**

**Общая трудоемкость практики** 2 з.е.

**Практика направлена на формирование следующих компетенций с указанием кодов индикаторов их достижения:**

ПКВ-1 способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью.

ПКВ-1.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым обществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

ПКВ-1.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями.

ПКВ-1.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации.

ПКВ-1.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**Место практики в структуре ОПОП:** Производственная практика, научно-исследовательская практика относится к вариативной части дисциплин блока Практика, формируемой участниками образовательных отношений, обеспечивающих подготовку по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура).

**Целью** производственной практики, научно-исследовательской практики является закрепление навыков создания концепции, планирования реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Задачами** производственной практики, научно-исследовательской практики является:

- закрепить навыки проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью.

- развить навыки использования современных онлайн и офлайн технологий выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым обществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).

- сформировать навыки разработки и применения современных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями.

- развить умения разрабатывать и применять современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации.

- закрепить навыки использования технических средств и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.

**Тип практики (ее наименование):** производственная, научно-исследовательская работа.

**Способ проведения практики:** стационарная.

**Форма проведения практики:** непрерывная.

**Разделы (этапы) практики:**

Подготовительный (организационный) этап: инструктаж по технике безопасности, общее знакомство с местом практики (научно-исследовательскими лабораториями), составление и утверждение графика прохождения практики, изучение литературных источников по теме экспериментального исследования, реферирование научного материала и т.д.

Экспериментальный этап: разработка рекламного или СО-продукта, обработка и анализ полученной информации, обобщение опыта творческой профессиональной деятельности магистранта в виде статьи, магистерской диссертации, аналитической записки.

Заключительный этап: применение научных методов при анализе коммуникационной деятельности организации, репрезентация полученных данных в виде отчета и материала для магистерской диссертации.

**Форма промежуточной аттестации** - зачет с оценкой.

## Приложение 8

## Материально-техническое обеспечение

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля), практик в соответствии с учебным планом	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.03	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с колонками, экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.О.02 Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.04	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,Переносной нетбук HP Mini , экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.О.04 Управление агентством рекламы и СО	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.108	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, Переносной нетбук HP Mini , экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.129	Типовое оснащение	
	Б1.О.06 Язык рекламы и СО	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.131а	Типовое оснащение	
	Б1.О.07 Создание текста в рекламной и PR-коммуникации	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.131а	Типовое оснащение	
	Б1.О.08 Корпоративная культура и СМИ	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.206	Типовое оснащение, оборудование: ПК-2шт, с колонками, переносная доска-2шт.	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.О.09 СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.220	Типовое оснащение	
	Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.224	Типовое оснащение	
	Б1.О.11 Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.131	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; переносной Ноутбук 15*Packard Bell,	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.В.01 Филологическое обеспечение профессиональной деятельности	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.02	Типовое оснащение	
	Б1.В.02 Теория и практика аргументации	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.01	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор View Sonic, ПК, экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.117	Типовое оснащение	
	Б1.В.04 Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО	Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.118	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,ПК , экран настенный CS 244*244; переносная доска;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeSTd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
	Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности	Аудитория для занятий	Типовое оснащение	



	реклама в СМИ Б1.В.ДВ.02.01 Геймификация в рекламе и СО Б1.В.ДВ.02.02 История рекламы и связей с общественностью Б1.В.ДВ.03.01 Реклама и СО в Интернете Б1.В.ДВ.03.02 Реклама и СО в печатных изданиях	семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.120		
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.123	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; переносная доска, переносной Ноутбук 15*Packard Bell,	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.124	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,ПК, экран настенный CS 244*244; усилитель, колонки, ДВД, телевизор.	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.125	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,ПК, экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.127	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,Переносной нетбук HP Mini , экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.128	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,Переносной нетбук HP Mini , экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.221	Типовое оснащение	
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.222	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, Переносной нетбук HP Mini , экран настенный CS 244*244;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для занятий семинарского типа г. Воронеж , д.40а ауд.223а	Типовое оснащение	
2	Б1.О.03 Информационная безопасность в медиапроизводстве Б1.В.09 Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО ФТД.В.01 Творческая лаборатория по рекламе ФТД.В.02 Творческая лаборатория по СО	Компьютерный класс г. Воронеж , д.40а ауд.115	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК-1шт.,	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18 Adobe Creative Suite Premium / ID 6AE5F64BB55194C74F5A
		Компьютерный класс г. Воронеж , д.40а ауд.126	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,ПК-9шт, экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean,	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Аудитория для лабораторных занятий г. Воронеж , д.40а ауд.119	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511,ПК , экран настенный CS 244*244; переносная доска; микрофон-9шт. микшерский пульт, радиосистема. Акустическая система.	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
3	Б1.О.01 Профессиональное общение на иностранном языке Б1.О.02 Правовое и этическое регулирование СМИ Б1.О.04 Психология и социология массовой коммуникации Б1.О.05 Традиции и национальные приоритеты культуры современной России Б1.О.10 Методология и методика медиаисследований Б1.В.01 Филологическое обеспечение про-	Лекционная аудитория г. Воронеж , д.40а ауд.110	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор View Sonic, ПК, экран настенный с электроприводом , акустическая система BEHRINGER B115D ;	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Лекционная аудитория г. Воронеж , д.40а ауд.111	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, экран настенный CS 244*244; акустическая система ; Переносной нетбук HP Mini	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Лекционная аудитория г. Воронеж , д.40а ауд.130	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор View Sonic, ПК, экран настенный с электроприводом , акустическая система BEHRINGER B115D ; микшер UB 1204 FX,микрофон B-1.	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
		Лекционная аудитория г. Воронеж , д.40а ауд.202	Типовое оснащение, оборудование: мультимедиа-проектор BenQ MX511, ПК с колонками, экран настен-	WinPro 8 RUS /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014 OfficeStd /№3010-07/37-14 от 18 марта 2014

	профессиональной деятельности Б1.В.02 Теория и практика аргументации Б1.В.03 Проектный менеджмент в медиасфере Б1.В.05 Современные теории и технологии развития личности Б1.В.ДВ.02.02 История рекламы и связей с общественностью Б1.В.07 Бизнес-моделирование в СМИ Б1.В.ДВ.01.03 Психолого-педагогическое сопровождение лиц с ограниченными возможностями здоровья Б1.В.ДВ.02.02 Журналистский текст в интернет-СМИ Б1.В.ДВ.02.03 Основы конструктивного взаимодействия лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательном процессе		ный CS 244*244;	Антивирус Dr. Web/№3010-16/93-18 от 26.12.18
--	---	--	-----------------	--