

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

«МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРИНЯТО

решением Ученого совета
АНО ВО «МосГУ»
от «21» июня 2021 г.
протокол № 9

УТВЕРЖДАЮ
Ректор университета

И.М. Ильинский
«21» июня 2021 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
	<i>(код и наименование в соответствии с ФГОС ВО)</i>
Профиль (направленность)	Стратегии эффективных коммуникаций
	<i>(наименование)</i>
Квалификация	Магистр
	<i>(наименование в соответствии с ФГОС ВО)</i>
Факультет	Рекламы, журналистики, психологии и искусства
	<i>(полное наименование)</i>

Нормативный срок обучения: 2 года
Трудоемкость: 120 зач.ед.

Москва
2021

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена и принята на заседании кафедры теории рекламы и массовых коммуникаций

Протокол № 9 от «12» мая 2021 г.

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена и принята на заседании Методической комиссии факультета рекламы, журналистики, психологии и искусства

Протокол № 8 от «26» мая 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников, освоивших основную профессиональную образовательную программу

3 Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

4 Характеристика условий реализации основной профессиональной образовательной программы

5 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее ОПОП) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью представляет комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик, программы государственной итоговой аттестации, оценочных и методических материалов.

Нормативную правовую базу разработки ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью составляют:

– Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», вступивший в силу с 01.09.2013 г.;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 528;

– Приказ Министерства образования и науки от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– Устав АНО ВО «Московский гуманитарный университет».

При разработке ОПОП АНО ВО «Московский гуманитарный университет» (далее – Университет) формирует требования к результатам ее освоения в виде универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

При реализации ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью возможно применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) предусматривает возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Реализация ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью осуществляется Университетом самостоятельно, без применения сетевой формы.

ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью реализуется на государственном языке Российской Федерации.

Обучение по ОПОП в Университете осуществляется в очной, очно-заочной

и заочной формах.

Срок получения образования по ОПОП (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью:

в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года;

в очно-заочной и заочной формах обучения срок увеличивается на 5 месяцев по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения;

при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) срок может быть увеличен по их заявлению не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Объем ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью составляет 120 зачетных единиц (далее – з.е.), вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану.

Объем ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

Объем программы магистратуры, реализуемый за конкретный учебный год, определяется учебным планом.

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ОСНОВНУЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ПРОФИЛЮ «СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

Выпускники, освоившие ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, получают квалификацию – **магистр**.

2.1 Области профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Области профессиональной деятельности выпускника ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью:

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

сфера рекламы и связей с общественностью;

08 Финансы и экономика (при условии соответствия уровня образования

выпускников и полученных компетенций требованиям к квалификации работника).

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

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с Федеральным государственным образовательным стандартом, и обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.043	Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635)
08 Финансы и экономика		
2.	08.035	Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397)

Перечень обобщенных трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОПОП 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	Уровень (подуровень) квалификации
08.035 Маркетолог	В	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием	7	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых	В/04.7	7

		инструментов комплекса маркетинга		коммуникаций в организации		
06.043 Специалист по интернет-маркетингу	К	Стратегическое планирование интернет-кампаний	7	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/02.7	7
				Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	К/03.7	7

2.3 Задачи профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

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

- организационно-управленческий;
- проектно-аналитический;
- научно-исследовательский.

Определение задач профессиональной деятельности на основе анализа профессиональных стандартов, соотнесенных с направлением подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование вида профессиональной деятельности и (ПД)	Код и наименование профессионального стандарта (ПС)	Основная цель вида ПД	Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Объект деятельности или область знания	Задачи ПД
<i>Тип задач профессиональной деятельности – организационно-управленческий</i>						
Организация и	08.035	Разработка и	В	В/04.7	Текст	Организация

управление маркетинговой деятельностью	Маркетолог	реализация комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающая создание и эффективное управление маркетинговой деятельностью	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов в комплекса маркетинга	Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуни-кационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью
--	------------	---	---	--	---	---

Тип задач профессиональной деятельности – проектно-аналитический

Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	06.043 Специалист по интернет-маркетингу	Повышение посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей	К Стратегическое планирование интернет-кампаний	К/03.7 Составление стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет "	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуни-кационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
---	---	---	--	---	---	--

Тип задач профессиональной деятельности – научно-исследовательский

Разработка и	06.043	Повышение	Стратегичес	К/02.7	Текст	Проведение
--------------	--------	-----------	-------------	--------	-------	------------

реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Специалист по интернет-маркетингу	посещаемости веб-сайтов и частоты использования веб-сервисов среди целевой аудитории интернет-пользователей	кое планирование интернет-кампаний	Разработка системы показателей, характеризующих эффективность продвижения проекта, и формирование стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими адресованный разным целевым группам/группам общественности	научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, на основе самостоятельной разработанной или адаптированной методологии и методик
--	-----------------------------------	---	------------------------------------	--	---	--

2.3 Задачи профессиональной деятельности выпускника магистратуры по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)	Источник (ПС, анализ зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.)
08 Финансы и экономика	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	08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрировано Министерством юстиции Российской Федерации)

			массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397); анализ отечественного и зарубежного опыта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	проектно-аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального (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 и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	06.043 Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635); анализ отечественного и зарубежного опыта
	научно - исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации	06.043 Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635); анализ отечественного и зарубежного опыта

			и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635); анализ отечественного и зарубежного опыта
Сфера рекламы и связей с общественностью	организационно-управленческой	Осуществление контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, корпоративных планов коммуникации, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	Анализ отечественного и зарубежного опыта
	проектно - аналитический	Определение целесообразных инструментов информационно-коммуникационного сопровождения проекта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа,	Анализ отечественного и зарубежного опыта

			адресованный разным целевым группам/группам общественности	
	научно-исследовательский	Определение тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	Анализ отечественного и зарубежного опыта

2.4 Направленность основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» имеет направленность (профиль) «Стратегии эффективных коммуникаций», которая конкретизирует содержание программы магистратуры в рамках направления подготовки путем ориентации на области и сферы профессиональной деятельности:

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

08 Финансы и экономика (при условии соответствия уровня образования выпускников и полученных компетенций требованиям к квалификации работника);

сфера рекламы и связей с общественностью;

а также на типы задач профессиональной деятельности выпускников:

организационно-управленческий, научно-исследовательский и проектно-аналитический.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ПРОФИЛЮ «СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

В результате освоения ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

3.1 Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью устанавливает следующие универсальные компетенции (УК):

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними; УК-1.2. Осуществляет поиск алгоритмов решения поставленной проблемной ситуации на основе доступных источников информации. Определяет в рамках выбранного алгоритма вопросы (задачи), подлежащие дальнейшей детальной разработке. Предлагает способы их решения.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта; УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта; УК-2.3. Организует и координирует работу участников проекта, способствует конструктивному преодолению возникающих разногласий, обеспечивает работу команды необходимыми ресурсами; УК-2.4. Представляет публично результаты проекта (или отдельных его этапов) в форме отчетов, статей, выступлений на научно-практических

		<p>семинарах и конференциях; УК-2.5. Предлагает возможные пути (алгоритмы) внедрения в практику результатов проекта (или осуществляет его внедрение).</p>
Командная работа и лидерство	<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели; УК-3.2. Учитывает в профессиональной деятельности интересы, особенности поведения и мнения (включая критические) людей, с которыми работает/ взаимодействует, в том числе посредством корректировки своих действий; УК-3.3. Обладает навыками преодоления возникающих в команде разногласий и конфликтов на основе учета интересов всех сторон; УК-3.4. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды, организует обсуждение разных идей и мнений.</p>
Коммуникация	<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для выполнения, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.); УК-4.2. Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные; УК-4.3. Демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях; УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения выполнять разные типы перевода академического текста с иностранного (-ых) на государственный язык в профессиональных целях;</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5. Способен анализировать и</p>	<p>УК-5.1. Объясняет особенности поведения и</p>

	учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе взаимодействия с ними, опираясь на знания причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей; УК-5.2. Владеет навыками создания толерантной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Находит и творчески использует имеющийся опыт в соответствии с задачами саморазвития; УК-6.2. Самостоятельно выявляет мотивы и стимулы для саморазвития, определяя цели профессионального роста; УК-6.3. Планирует профессиональную траекторию с учетом особенностей как профессиональной, так и других видов деятельности и требований рынка труда; УК-6.4. Действует в условиях неопределенности, корректируя планы и шаги по их реализации с учетом имеющихся ресурсов.

3.2 Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции (ОПК):

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Код ПС	Код трудовой функции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и	08.035	В/04.7	ОПК-1.1. Ориентируется во всех этапах и принципах производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей

	(или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем			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. Понимает 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			ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных

	прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты			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.
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	06.043	К/03.7	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			ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации

	медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии			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 медиафере, следуя принципам социальной ответственности	06.043	К/02.7	ОПК-7.1. Объясняет 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.

3.3 Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью устанавливает следующие профессиональные компетенции (ПК):

Формирование профессиональных компетенций выпускников

Задачи профессиональной деятельности	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форсайт-сессии, фокус-группы и пр.)
---	----------------------------------	--	--

Тип задач профессиональной деятельности – организационно-управленческий			
<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Осуществление контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, корпоративных планов коммуникации, кампаний и отдельных мероприятий в области 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 и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p>	<p>ПК-1. Способен управлять деятельностью коллектива, разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, планировать и осуществлять её реализацию, обеспечивать эффективность</p>	<p>08.035 Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397); анализ отечественного и зарубежного опыта</p>
		<p>ПК-2. Способен самостоятельно принимать управленческие решения, осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения товаров и услуг, формирования корпоративного имиджа, оценивать эффективность коммуникационного проекта</p>	<p>Анализ отечественного и зарубежного опыта</p>
Тип задач профессиональной деятельности – проектно-аналитический			
<p>Определение целесообразных инструментов информационно-коммуникационного сопровождения проекта.</p> <p>Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p>	<p>ПК-3. Способен определять долгосрочные и краткосрочные приоритеты в выстраивании коммуникаций, находить правильный баланс между стратегическими тактическими задачами коммуникации, формировать целостный интегрированный комплекс</p>	<p>Анализ отечественного и зарубежного опыта</p>

общественностью .		инструментов коммуникации	
		ПК-4. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью, способен обеспечить творческий процесс в коммуникационном агентстве	06.043 Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635); анализ отечественного и зарубежного опыта
Тип задач профессиональной деятельности – научно-исследовательский			
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик. Определение тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и связей с общественностью .	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-5. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы, связей с общественностью, медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	06.043 Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635); анализ отечественного и зарубежного опыта
		ПК-6. Способен решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы,	Анализ отечественного и зарубежного опыта

		прогнозировать тенденции	
--	--	--------------------------	--

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональных компетенции	Код ПС	Код трудовой функции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональных компетенции
ПК-1. Способен управлять деятельностью коллектива, разрабатывать эффективную коммуникационную стратегию, планировать и осуществлять её реализацию, обеспечивать эффективность	08.035	В/04.7	ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.
ПК-2. Способен самостоятельно принимать управленческие решения, осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения товаров и услуг, формирования корпоративного имиджа, оценивать эффективность коммуникационного проекта			ПК-2.1. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
ПК-3. Способен определять долгосрочные и краткосрочные приоритеты в выстраивании коммуникаций, находить правильный баланс между стратегическими тактическими задачами коммуникации, формировать целесообразный интегрированный комплекс инструментов коммуникации			ПК-3.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для постановки цели коммуникации, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; ПК-3.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.
ПК-4. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью, способен обеспечить	06.043	К/03.7	ПК-4.1. Осуществляет руководство проектной деятельностью, формировать задания на разработку бизнес-планов.

творческий процесс в коммуникационном агентстве			
ПК-5. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы, связей с общественностью, медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	06.043	К/02.7	ПК-5.1. Формулирует концепцию исследования; ПК-5.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации.
ПК-6. Способен решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте, интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции			ПК-6.1. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования; ПК-6.2. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы.

3.4 Профессиональные компетенции установлены на основе анализа профессиональных стандартов: 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635), 08.035 «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 июня 2018 г. № 366н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 21 июня 2018 г., регистрационный № 51397), а также на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

3.5 Совокупность компетенций, установленных основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, формирует у выпускника способность решать следующие задачи профессиональной деятельности:

тип задач профессиональной деятельности – организационно-управленческий:

– организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью;

– осуществление контроля, оценки эффективности и корректировки стратегий, корпоративных планов коммуникации, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;

тип задач профессиональной деятельности – проектно-аналитический:

– создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

– определение целесообразных инструментов информационно-коммуникационного сопровождения проекта;

тип задач профессиональной деятельности – научно-исследовательский:

– проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью, на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик;

– определение тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований в области рекламы и связей с общественностью.

3.6 Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных основной профессиональной образовательной программой по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

4. ХАРАКТЕРИСТИКА УСЛОВИЙ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ПРОФИЛЮ «СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

4.1 Общесистемные требования к реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Университет располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОПОП по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

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

Электронная информационно-образовательная среда 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;
- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения ОПОП;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации.

Среднегодовое число публикаций научно-педагогических работников Университета за период реализации ОПОП в расчете на 100 научно-педагогических работников (исходя их количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) составляет не менее двух в журналах, индексируемых в базах данных Web of Science или Scopus, или не менее 20 в журналах, индексируемых в Российском индексе научного цитирования.

4.2 Требования к материально-техническому и учебно- методическому обеспечению основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных ОПОП, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения. Состав необходимого оборудования и технических средств определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду Университета.

В Университете имеется необходимый комплект лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства. Состав такого обеспечения определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости.

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.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленных 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).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

4.3 Требования к кадровым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Реализация ОПОП обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми к реализации ОПОП на иных условиях.

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

Более 75 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации ОПОП, и лиц, привлекаемых к реализации ОПОП 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).

Более 10 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации ОПОП, и лиц, привлекаемых к реализации ОПОП 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 и имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет.

Более 60 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 (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры

осуществляется научно-педагогическим работником Университета, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

4.4 Требования к финансовым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Финансовое обеспечение реализации ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 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.

4.5 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП осуществляется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки.

В целях совершенствования ОПОП Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета.

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

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по ОПОП в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП (при наличии).

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки

обучающихся по ОПОП осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

5 ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, ПРОФИЛЮ «СТРАТЕГИИ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ»

5.1 Календарный учебный график

В календарном учебном графике указывается периоды осуществления видов учебной деятельности (теоретического обучения, практик, государственной итоговой аттестации) и периоды каникул.

Образовательный процесс по ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью организуется по периодам обучения – учебным годам (курсам), а также по периодам обучения, выделяемым в рамках курсов (семестрам). При организации образовательного процесса в рамках каждого курса выделяется 2 семестра.

Общая продолжительность каникул в течение учебного года составляет не менее 7 недель.

При расчете продолжительности обучения и каникул в указанную продолжительность не входят нерабочие праздничные дни. Осуществление образовательной деятельности по ОПОП в нерабочие праздничные дни не проводится.

5.2 Учебный план

В учебном плане указывается перечень дисциплин, практик, государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателями (контактная работа) по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины и практики указывается форма промежуточной аттестации.

Учебным планом определяются компоненты образовательной программы, реализуемые в форме практической подготовки, объем часов на освоение компонентов образовательной программы в форме практической подготовки.

Учебным планом определяется объем программы магистратуры,

реализуемый за конкретный учебный год.

Структура программы магистратуры по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

В Блок 2 «Практика» входит производственная практика.

Типы производственной практики:

– профессионально-творческая практика

– научно-исследовательская работа;

– преддипломная практика.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит:

– подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

При реализации ОПОП обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) в объем ОПОП не включаются.

В рамках ОПОП выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

В обязательную часть ОПОП включаются дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных (при наличии).

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, включаются в обязательную часть ОПОП и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет более 20 процентов общего объема ОПОП.

Университет предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по ОПОП, учитывающей особенности и психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

5.3 Рабочие программы дисциплин

Рабочая программа дисциплины определяет место конкретной дисциплины в системе подготовки магистра по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Рабочая программа дисциплины (модуля) включает в себя: наименование дисциплины (модуля); перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций; указание места дисциплины (модуля) в структуре ОПОП; объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с

преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся; объем часов (по видам учебных занятий), проводимых в форме практической подготовки (если это предусмотрено содержанием дисциплины); содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий; перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю); контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты; примерную тематику курсовых работ (проектов), рефератов и т.п.; методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля); перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля); перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети, необходимых для освоения дисциплины (модуля); перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости); состав комплекта лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства; описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

5.4. Рабочие программы практик.

При реализации ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью предусматривается производственная практика.

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика;
- научно-исследовательская работа;
- преддипломная практика.

Рабочая программа практики включает в себя: указание типа, вида практики, способа ее проведения; перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций; указание места практики в структуре ОПОП; указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях либо в академических или астрономических часах; содержание практики в форме практической подготовки; указание форм отчетности по практике; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, соотнесенных с установленными индикаторами достижений компетенций; перечень учебной литературы и ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики; перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости); описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики.

5.5 Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по осваиваемой ОПОП.

Программа государственной итоговой аттестации, включающая программу государственного экзамена (*при наличии экзамена*) и требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, критерии оценки результатов сдачи государственного экзамена и защиты выпускных квалификационных работ, а также порядок подачи и рассмотрения апелляционных заявлений доводятся до сведения обучающихся не позднее чем за шесть месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Программа государственного экзамена содержит перечень вопросов к экзамену с описанием дидактических единиц, отражающих содержание вопроса, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций; типовые практикоориентированные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций (*при наличии экзамена*).

Для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ (по их заявлению) государственная итоговая аттестация проводится Университетом с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

5.6 Фонды оценочных средств

Фонд оценочных средств – это комплекс методических и контрольно-измерительных материалов, оценочных средств, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения образовательной программы по направлениям подготовки и их направленности.

Фонды оценочных средств являются частью ОПОП и обеспечивают процедуру оценки качества освоения образовательной программы и повышение качества образовательного процесса.

Фонд оценочных средств включает оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам, практикам и оценочные средства государственной итоговой аттестации выпускников.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю), практике включает: контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и

(или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств для государственной итоговой аттестации, включает в себя: перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения ОПОП; описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций; перечень вопросов к государственному экзамену с описанием дидактических единиц, отражающих содержание вопроса, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций; типовые практикоориентированные задания (*при наличии экзамена*); материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, соотнесенных с установленными индикаторами достижения компетенций; методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОПОП.