

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



«УТВЕРЖДАЮ»

Врио ректора

Д.К. Проскурин

« 31 » 08 2021 г.

**ОСНОВНАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ
(программа магистратуры)**

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (программа): Реклама и связи с общественностью в сфере
международных отношений

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная/заочная

Срок освоения образовательной программы: 2 года / 2 года 4 месяца

Год начала подготовки: 2021

Основная профессиональная образовательная программа – программа магистратуры «Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью разработана на основании требований федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённого приказом Минобрнауки России от 06.08.2017 г. № 528.

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена на заседании кафедры связей с общественностью от 30.08.2021 г., протокол № 1.

Руководитель ОПОП



Н.Н. Скрипникова

Заведующий кафедрой



Н.Н. Скрипникова

Проректор по учебной работе



А.И. Колосов

Основная профессиональная образовательная программа рассмотрена и утверждена решением Ученого совета ВГТУ от 31.08.2021 г., протокол № 1.

Основная профессиональная образовательная программа согласована с представителями работодателей:

Селиванова Е.С.,

Автономная некоммерческая организация

«Агентство региональных социально-экономических проектов» (АРСЭП)

Чеснова Е.В.,

ООО Маркетинговое агентство «Авангард»

Деревякин И.В.,

ООО РИА «Черноземье»

Оглавление

1 Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования – магистратура «Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.....	4
1.1 Назначение и область применения.....	4
1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО	4
1.3 Цель ОПОП.....	5
1.4 Характеристика ОПОП.....	5
2 Общая характеристика профессиональной деятельности выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО – магистратура 42.04.01 Реклама и связи с общественностью	6
2.1 Области и сферы профессиональной деятельности выпускников.....	6
2.2 Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников	6
3 Характеристика структуры ОПОП	7
4 Планируемые результаты освоения ОПОП.....	8
5 Условия реализации ОПОП	41
5.1 Общесистемные требования к реализации ОПОП	41
5.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОПОП	42
5.3 Кадровые условия реализации ОПОП	43
5.4 Финансовые условия реализации ОПОП.....	44
6 Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП.....	44
7 Рецензии на ОПОП.....	46
8 Лист регистрации изменений.....	49

1 Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования – магистратура «Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

1.1 Назначение и область применения

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования – магистратура «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (далее - ОПОП) представляет собой комплекс документов, разработанных и утвержденных федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Воронежский государственный технический университет» (далее – ВГТУ) с учетом потребностей регионального рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее - ФГОС ВО) – магистратура 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 28 июня 2017 г. № 528, и профессиональных стандартов.

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- приказ Минобрнауки России 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»;
- приказ Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
- Федеральный закон от 02.12.2019 г. №403-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования уровень высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 июня 2017 г. № 528;
- 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;

– профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н;

– Устав ВГТУ;

– локальные нормативные акты и методические документы ВГТУ.

1.3 Цель ОПОП

Целью настоящей ОПОП является обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, способных эффективно решать профессиональные задачи на предприятиях и в организациях в условиях конкурентных рынков.

ОПОП ВО регламентирует цели, объём, содержание, планируемые результаты обучения, а также организационно-педагогические условия, технологии реализации образовательного процесса, оценки качества подготовки выпускников по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные и методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательной программы.

К освоению ОПОП допускаются лица, имеющие высшее образование любого уровня.

1.4 Характеристика ОПОП

Обучение по ОПОП в ВГТУ осуществляется в очной и заочной формах.

Программа магистратуры реализуется на государственном языке Российской Федерации.

Срок получения образования по ОПОП составляет:

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

– в заочной форме обучения - 2 года 4 месяца.

– при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть увеличен по их заявлению не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Объем ОПОП составляет 120 зачетных единиц (з. е.).

Объем ОПОП, 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);

- при ускоренном обучении - не более 80 з. е.

2 Общая характеристика профессиональной деятельности выпускников в соответствии с требованиями ФГОС ВО – магистратура 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

2.1 Области и сферы профессиональной деятельности выпускников

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

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии:

- сфера продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы;

Сфера рекламы и связей с общественностью.

2.2 Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников

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

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

Направленность (профиль) ОПОП магистратуры «Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений» конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки путем ориентации на:

- области и сферы профессиональной деятельности выпускников;
- типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников;
- объекты профессиональной деятельности выпускников.

Задачи профессиональной деятельности:

Область профессиональной деятельности (по реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности
06 Связь, информационные и	авторский	Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере

коммуникационные технологии		рекламы и связей с общественностью
	организационно - управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью
	проектно-аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
	научно-исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик

3 Характеристика структуры ОПОП

Структура ОПОП магистратуры включает следующие блоки:

- Блок 1 «Дисциплины (модули)»;
- Блок 2 «Практика»;
- Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем ОПОП

Таблица

Структура ОПОП		Объем программы магистратуры и ее блоков в з. е.	
		По ФГОС ВО	По учебному плану
Блок 1	Дисциплины (модули)	Не менее 60	75
Блок 2	Практика	Не менее 30	36
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9	9
Объем ОПОП		120	120

В Блок 2 «Практика» входит производственная практики. Типы и объемы практик определены в учебных планах.

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика;

- научно-исследовательская практика;
- научно-исследовательская работа;
- преддипломная практика

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

ОПОП обеспечивает обучающимся возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей). Факультативные дисциплины не включаются в объем ОПОП.

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

К обязательной части ОПОП относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, включены и в обязательную часть программы магистратуры, и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

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

ВГТУ предоставляет инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья по их заявлению возможность обучения по программе магистратуры, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Особенности организации образовательного процесса по ОПОП ВО для лиц с ограниченными возможностями здоровья регулируются Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по ОПОП высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301, раздел III) и локальным нормативным актом ВГТУ.

4 Планируемые результаты освоения ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника будут сформированы компетенции, установленные ОПОП магистратуры.

ОПОП устанавливает следующие универсальные компетенции:

Категория 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, вырабатывать стратегию действий	ИД-1ук-1. Знает виды, методы и концепции критического анализа ИД-2ук-1. Умеет применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях ИД-3ук-1. Владеет основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1ук-2. Определяет цели, задачи проекта ИД-2ук-2. Знает организационные и технологические методы, принципы и инструменты, используемые в проектной работе; методы, критерии и параметры представления, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности ИД-3ук-2. Умеет разрабатывать техническое задание проекта, его план-график; составлять, проверять и анализировать проектную документацию; составлять и представлять результаты проекта в виде отчетов, статей, выступлений на конференциях; организовывать и координировать работу участников проекта ИД-4ук-2. Владеет навыками эффективной организации и координации этапов реализуемого проекта с целью достижения наилучшего результата при балансировании между объёмом работ и ресурсами
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1ук-3. Знает основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели ИД-2ук-3. Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата. ИД-3ук-3. Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные	ИД-1ук-4. Знает основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; основные средства информационно-

	коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	коммуникационных технологий ИД-2ук-4. Умеет грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках; создавать тексты официально-делового и научного стилей речи на русском и иностранном (-ых) языках при изложении профессиональных вопросов; редактировать и корректировать официально-деловые, научные и профессиональные тексты на русском и иностранном (-ых) языках; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия ИД-3ук-4. Владеет навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках, в том числе с использованием современных информационно-коммуникационных технологий ИД-4ук-4. Переводит академические тексты общего и технического характера с иностранного (ых) на государственный язык
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1ук-5. Знает основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации» ИД-2ук-5. Учитывает особенности и этические нормы различных культур членов профессиональной среды в процессе межличностного и профессионального взаимодействия; умеет коммуницировать и создавать официально-деловые, научные и профессиональные тексты, учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности аудитории/собеседника/оппонента ИД-3ук-5. Владеет навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур
Самоорганизация и саморазвитие (в т. ч.	УК-6. Способен определять и реализовывать	ИД-1ук-6. Знает основы, направления, источники и способы совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств,

здоровьесбережение)	приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда ИД-2ук-6. Оценивает, контролирует свои возможности и ресурсы развития с учетом конкретной профессиональной ситуации ИД-3ук-6. Выбирает и реализует стратегию саморазвития, определяет приоритеты собственной деятельности; владеет навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда
---------------------	---	---

ОПОП устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции (ОПК):

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	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 (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ИД-1опк-1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИД-2опк-1. 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	ИД-1опк-2. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИД-2опк-2. Анализирует основные тенденции развития общественных и

	разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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	ИД-1 опк-3. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД-2 опк-3. 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 на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИД-1 опк-4. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИД-2 опк-4. 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	ИД-1 опк-5. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2 опк-5. 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	ИД-1оПК-6. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД-2оПК-6. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность 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	ИД-1оПК-7. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ИД-2оПК-7. 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

Профессиональные компетенции установлены ОПОП магистратуры и сформированы на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, 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: Правительство Воронежской области, МФЦ Воронежской области, Агентство социально-экономических проектов ЦЧР, Торгово-промышленная Палата Воронежской области, Сбербанк России, ВГТРК, ТВ «Губерния», Матч ТВ, информационный портал Абирег, коммуникационная Группа МедиаАльянс, РИА Воронеж, журнал «Слова», Ассоциация «Галерея Чижова», ГК Хамина, маркетинговое агентство «Авангард», креативное агентство «FABULA», рекламное агентство «Кролики и Великаны», гостиничный комплекс «Яр», строительная компания «Выбор», ГК «ЭФКО»; государственные и муниципальные организации и предприятия Воронежской области; общественные организации, коммерческие компании, собственный бизнес и др.

Для определения профессиональных компетенций на основе

профессиональных стандартов выбраны профессиональные стандарты, соответствующие профессиональной деятельности выпускников по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, из числа указанных в приложении к ФГОС ВО:

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. 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. N 535н
2	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н

Из выбранных профессиональных стандартов выделены обобщенные трудовые функции, соответствующие профессиональной деятельности выпускников, на основе 6, 7 и (или) 8 уровней квалификации и требований раздела «Требования к образованию и обучению».

Код и наименование профессионального стандарта	Код и наименование обобщенной трудовой функции	Код и наименование выбранной трудовой функции	Номер уровня квалификации (7, 8 – магистратура)
06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	В. Организация продвижения продукции СМИ	В01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ	6
		В02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	6
		В03.6 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	6
06.013 «Специалист по информационным	С. Управление (менеджмент) информационными	С01.6 Организация работ по созданию и редактированию контента	6

ресурсам»	ресурсами	С02.6 Управление информацией из различных источников	6
-----------	-----------	--	---

В соответствии с выбранными трудовыми функциями и с учетом необходимого квалификационного уровня ОПОП устанавливает следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ссылка на профстандарт)
авторский	ПК-2 Способность к созданию и анализу текстов в PR и рекламе	ИД-1 пк-2. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2 пк-2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	ПС 06.013 (трудовая функция С01.6)
проектно-аналитический	ПК-1 Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента	ИД-1 пк-1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИД-2 пк-1. Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа	ПС 06.013 (трудовая функция С01.6, С02.6)
	ПК-5 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных	ИД-1 пк-5. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации	ПС 06.009 (трудовая функция В03.6)

	программ и мероприятий	коммуникационной работы ИД-2пк-5 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	
	ПК-6 Способность проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей	ИД-1пк-6. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ИД-2пк-6. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	ПС 06.009 (трудовая функция В03.6)
	ПК-10 Способность осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ИД-1пк-10. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной научной и методической литературы по направлению подготовки ИД-2пк-10. Принимает участие в подготовке методических материалов при разработке проекта	ПС 06.009 (трудовая функция В03.6)
организационно-управленческий	ПК-3 Способность участвовать в разработке коммуникационной стратегии организации	ИД-1пк-3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИД-2пк-3. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	ПС 06.009 (трудовая функция В02.6)
	ПК-4 Способность создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению	ИД-1пк-4. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ИД-2пк-4. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или	ПС 06.013 (трудовая функция С01.6)

	внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу	коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ИД-3пк-4. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
научно-исследовательский	ПК-7 Способность проводить исследования общественной среды и общественного мнения, анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации	ИД-1пк-7. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИД-2пк-7. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	ПС 06.009 (трудовая функция В01.6)
	ПК-8 Способность к презентации и популяризации исследовательских и инструментальных навыков в области рекламы и связей с общественностью	ИД-1пк-8. Разрабатывает научно-методические и учебно-методические материалы, обеспечивающие реализацию программ профессионального обучения ИД-2пк-8. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	ПС 06.009 (трудовая функция В02.6)
	ПК-9 Способность проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД-1пк-9 Формулирует концепцию научного исследования ИД-1пк-9 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе	ПС 06.009 (трудовая функция В01.6)

		исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	
--	--	--	--

Совокупность компетенций, установленных ОПОП, обеспечивает выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в соответствующих области и сферах профессиональной деятельности, указанных в разделе 2.1 ОПОП, и решать задачи профессиональной деятельности, указанные в разделе 2.2 ОПОП.

Результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесены с установленными в ОПОП индикаторами достижения компетенций.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам
УК- 1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1ук-1. Знает виды, методы и концепции критического анализа ИД-2ук-1. Умеет применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях ИД-3ук-1. Владеет основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций	- Знать принципы выработки стратегии действий в рутинных и критических ситуациях; место науки в культуре; исторические этапы эволюции науки; структуру научного знания; особенности оценки перспектив плана социального взаимодействия с целью получения маркетинговых результатов в коммуникационной среде; возможные последствия комплексного воздействия фирмы на внешнюю среду. - Уметь выстраивать тактические схемы действий на основе выработанных стратегий; использовать методологию научного познания при разрешении своих непосредственных исследовательских задач; видеть различие эмпирических и теоретических подходов при решении исследовательских

		задач; выявлять разногласия между брендом, товаром и целевой аудиторией; оценивать разработку концепций позиционирования, дифференциации и коммуникации бренда. • Владеть навыками осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий; умением ориентироваться в режиме многозадачности и неопределенности; всеми методами научного познания, способствующими решению своих профессиональных задач.
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИД-1ук-2. Определяет цели, задачи проекта ИД-2ук-2. Знает организационные и технологические методы, принципы и инструменты, используемые в проектной работе; методы, критерии и параметры представления, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности ИД-3ук-2. Умеет разрабатывать техническое задание проекта, его план-график; составлять, проверять и анализировать проектную документацию; составлять и представлять результаты проекта в виде отчетов, статей, выступлений на конференциях; организовывать и координировать работу участников проекта ИД-4ук-2. Владеет навыками эффективной организации и	• Знать ключевые понятия, цели и задачи использования методов управления проектами • Уметь управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла • Владеть навыками использования инструментария проектного управления для достижения поставленных целей и задач проекта

	координации этапов реализуемого проекта с целью достижения наилучшего результата при балансировании между объёмом работ и ресурсами	
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1ук-3. Знает основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели ИД-2ук-3. Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата. ИД-3ук-3. Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели	• Знать систему коммуникационных каналов, взаимодействие между ними и динамику их развития; специфику средств социальных коммуникаций (вербальных и невербальных); социально-психологическое содержание и структуру управленческой деятельности; и функций менеджмента; психологические особенности личности руководителя; психологические закономерности совместной деятельности по достижению организационных целей • Уметь определять разнообразные целевые установки коммуникантов и коммуникационные потребности реципиентов; использовать средства вербальной, невербальной и технической коммуникации; свободно оперировать психологическими понятиями; пользоваться психологическими знаниями при объяснении явлений в сфере психологии управления и групповых процессов • Владеть навыками коммуникативной компетенции и навыками работы в команде для

		достижения поставленной цели; профессиональными умениями психологического анализа профессиональной деятельности менеджера, явлений в сфере труда и совместной деятельности по достижению организационных целей
УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИД-1ук-4. Знает основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; основные средства информационно-коммуникационных технологий ИД-2ук-4. Умеет грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках; создавать тексты официально-делового и научного стилей речи на русском и иностранном (-ых) языках при изложении профессиональных вопросов; редактировать и корректировать официально-деловые, научные и профессиональные тексты на русском и иностранном (-ых) языках; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия ИД-3ук-4. Владеет навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках, в том числе с использованием	• Знать современные коммуникативные технологии, виды и особенности письменных текстов, устных выступлений; наиболее употребительную лексику общего языка и базовую терминологию своей профессиональной области • Уметь коммуницировать с разными группами общественности, подбирать иностранную литературу по теме исследования; анализировать профессионально-ориентированные тексты на иностранном языке с целью извлечения информации и реферирования • Владеть государственным и изучаемым иностранным языками в целях их практического использования в профессиональной деятельности для получения информации из отечественных и зарубежных источников; навыками критического восприятия информации на государственном и иностранном языках; отдельными видами чтения оригинальной литературы на иностранном языке;

	современных информационно-коммуникационных технологий ИД-4 ук-4. Переводит академические тексты общего и технического характера с иностранного (ых) на государственный язык	диалогической речью в ситуациях профессионального и бытового общения; навыками академического и профессионального взаимодействия с группами общественности и отдельными индивидами
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИД-1 ук-5. Знает основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации» ИД-2 ук-5. Учитывает особенности и этические нормы различных культур членов профессиональной среды в процессе межличностного и профессионального взаимодействия; умеет коммуницировать и создавать официально-деловые, научные и профессиональные тексты, учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности аудитории/собеседника/оппонента ИД-3 ук-5. Владеет навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур	- Знать историю научного осмысления и становления межкультурных коммуникаций; основную научную литературу и научные школы; междисциплинарные основания международной коммуникации; подходы к исследованию межкультурной коммуникации; виды и уровни межкультурной коммуникации; особенности процесса межкультурного взаимодействия; виды, уровни и формы коммуникационной деятельности; социально-культурную эволюцию информационно-коммуникативных систем - Уметь дифференцировать основные проблемы межкультурных коммуникаций в современных условиях и определять перспективы их дальнейшего развития; анализировать роль межкультурных коммуникаций в условиях глобализации; выявлять элементы собственной культурной идентичности; анализировать культурные стереотипы и пути их возникновения; выстраивать межкультурные и международные

		коммуникативные связи • Владеть навыками выявления культурной специфики поведения и параметров культуры, разрешения проблем, возникающие в условиях международных рекламных и PR кампаний; принятия коммуникативных решений на основе выявления культурной специфики и ее параметров; анализа национальных стереотипов; методами преодоления коммуникационных барьеров в условиях устной, письменной и интернет-коммуникации
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1ук-6. Знает основы, направления, источники и способы совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда ИД-2ук-6. Оценивает, контролирует свои возможности и ресурсы развития с учетом конкретной профессиональной ситуации ИД-3ук-6. Выбирает и реализует стратегию саморазвития, определяет приоритеты собственной деятельности; владеет навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда	• Знать основные тенденции и концепции создания с помощью информационных технологий новых знаний и умений в бизнесе и обществе; основные проблемы, закономерности, тенденции, структуру и содержание психологии управления • Уметь приобретать и использовать в практической деятельности новые знания и умения для осуществления целей и задач текущей и перспективной деятельности для бизнес-структур; осуществлять анализ профессиональной деятельности менеджера с точки зрения обеспечения его психологической эффективности; применять методы, приемы, направленные на развитие профессионализма управленческого персонала, личности менеджера и

		повышение эффективности системы управления • Владеть навыками эффективного использования новых знаний и умений, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности, для обеспечения условий перехода на инновационные профили своей профессиональной деятельности; практическими умениями психологического сопровождения управленческой 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	ИД-1опк-1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ИД-2опк-1. 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	• Знать состояние развития технологий создания медиапродуктов в нашей стране и за рубежом; особенности сферы управления процессом создания медиапродуктов и коммуникационных продуктов; алгоритм осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий • Уметь организовывать работу с основными акторами медиа-рынка; генерировать стратегические альтернативы осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий и обосновывать их выбор • владеть навыками интеграции коммуникационных кампаний и мероприятий в систему управления коммуникационной деятельностью, а также в систему управления предприятием и организацией

		в целом
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	ИД-1опк-2. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИД-2опк-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	- Знать технологии стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий, технологии управления персоналом в организациях различных сфер деятельности; методы разработки эффективных стратегий и политики риск-менеджмента в системе управления организаций различных сфер деятельности. - Уметь анализировать, проектировать коммуникационную среду организации и управлять ею средствами связей с общественностью в том числе и в кризисных ситуациях; планировать и организовывать мероприятия по позиционированию организаций различных сфер деятельности, в том числе и в ситуациях кризиса. - Владеть навыками анализа и проектирования коммуникационной среды организации, получения исходных данных и налаживания обратной связи, мониторинга и оценки исполнения плана позиционирования
ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и	ИД-1опк-3. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИД-2опк-3. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов	Знать тенденции развития современных медиарынков в контексте ключевых дебатов о конвергенции; виды и функции коммерческой номинации и товарного знака; структурно-языковой анализ современной русской

(или) коммуникационных продуктов	рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	коммерческой номинации • Уметь определять эффективность коммерческой номинации; применять методы оценки эффективности; представить полученные данные в разных форматах: презентации, статьи, отчета, эссе • Владеть навыками контроля своей профессиональной деятельности при создании собственного медиа-продукта с точки зрения свободы и социальной ответственности; технологиями разработки нейма; составлять бриф и формировать творческую платформу нейма
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ИД-1опк-4. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИД-2опк-4. 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	• Знать специфику базовых элементов позиционирования организации с учетом ее сферы деятельности; основные методы и модели интерпретирования и представления результатов научных исследований. • Уметь развивать коммуникативные связи организации с рынком, планировать и проводить рекламные кампании и осуществлять мероприятия по информированию целевых аудиторий и стимулированию их социальной и потребительской активности; реализовать основные подходы и эффективно использовать инструментарий формализации наиболее значимых результатов научных исследований для последующего составления практических рекомендаций

		на их основе для совершенствования профессиональной сферы деятельности и профессиональных компетенций. • Владеть навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации в том числе в кризисных ситуациях; навыками взаимодействия с целевыми аудиториями, применяемыми для реализации программ в социальной, производственной, коммерческой, общественно-политической сфере (эффективных коммуникаций с ключевыми группами общественности, получения исходных данных и налаживания обратной связи); выдвижения принципиально новых гипотез и прогнозирования тенденций развития профессиональной сферы деятельности.
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	ИД-1опп-5. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2опп-5. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	• Знать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; новые методы исследования, процесс создания эффективной коммуникационной инфраструктуры рекламного и PR-агентства. • Уметь использовать современные методы исследований, технические средства и информационные технологии;

норм регулирования	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	совершенствовать и развивать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры; новые методы исследования, процесс создания эффективной коммуникационной инфраструктуры профессиональной организации. • Владеть основами методологии научного исследования, навыками сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий способностью совершенствовать и развивать профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры; применять новые методы исследования; управления процессом создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в	ИД-1 опк-6. Отслеживает глобальные тенденции	• Знать процедуру создания и управления корпоративным

процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии	модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИД-2опк-6. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	веб-сайтом; иметь представление о мониторинге веб-форумов, создании событий и их освещении; иметь представление о SMO продвижении и основных методах и приемах продвижения организации в социальных сетях. • Уметь самостоятельно организовать ведение блога; использовать Интернет- технологии в системе управления внутрикорпоративными PR; определять оптимальную социальную сеть для наиболее эффективной коммуникации с целевой аудиторией; использовать инструменты социальных сетей для достижения коммуникативных целей и анализа результата. • Владеть технологиями создания медийного контента и управления им на различных интернет- площадках; основными приемами вирусного маркетинга и SERM – онлайн управления репутацией; навыками составления контент-плана для группы/страницы/меропри- тия навыками создания и запуска рекламных кампаний в социальных сетях и отслеживания их эффективности.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в	ИД-1опк-7. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее	• Знать возможные эффекты в медиафере; принципы социальной ответственности организации

медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности	социальной ответственности ИД-2пк-7. 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	• Уметь оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиа сфере, следуя принципам социальной ответственности • Владеть навыками оценки и прогнозирования
ПК-1 Способность принимать участие в поиске и анализе информации, определении структуры и создании контента	ИД-1пк-1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИД-2пк-1. Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа	• Знать концепции массовой коммуникации; роль аудитории в развитии современной теории массовой коммуникации; методики составления, редактирования и оформления текста; иметь представление о критериях выбора информации; базовые принципы создания и функционирования рекламного и PR-текста; место контент-маркетинга в социальных медиа в структуре маркетинга организации; профессиональную терминологию в области контент-маркетинга и контент-менеджмента; современные модели и инструменты продвижения контента в новых медиа; тренды развития, актуальные исследования, посвященные маркетингу в интернет-медиа • Уметь пользоваться терминологическим аппаратом; находить плюсы и минусы современных теорий массовой коммуникации; моделировать творческий процесс создания рекламного

		текста; формулировать специфику коммуникационных технологий общества, субъектов коммуникационной среды и отдельных социальных групп; понимать тему и воспринимать терминологию; применять теоретические знания по основам авторского права в практической профессиональной деятельности; использовать современные методы и инструменты планирования и оценки управления контентом в интернет-медиа • Владеть терминологией; анализом современных теорий массовой коммуникации; навыками анализа проблем коммуникаций в организации и между субъектами коммуникации; навыками работы с мультимедийными материалами и текстовой информацией; навыками по выявлению охраноспособности объектов авторского права из общего массива информационных ресурсов; законными способами использования объектов авторских прав и их защиты; способностью ориентироваться в наиболее распространенных форматах контента, современной жанровой и стилевой специфике медиатекстов в сети интернет; способностью планирования и обоснования решений по коммуникациям и исследованиям в интернет-медиа; демонстрировать
--	--	--

		способность и готовность выполнять проекты и принимать управленческие решения в области контент-маркетинга
ПК-2 Способность к созданию и анализу текстов в PR и рекламе	ИД-1пк-2. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД-2пк-2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	- Знать методики составления, редактирования и оформления текста; иметь представление о критериях выбора информации; базовые принципы создания и функционирования рекламного и PR-текст - современные коммуникативные технологии; методологии создания рекламных текстов, технологии работы с информацией, процесс работы с брифами; основные методики, повышающие уровень копирайтингового мышления; основы Законодательства РФ об авторском и смежных правах; - Уметь писать и редактировать тексты для рекламных и PR - кампаний; - Владеть навыками написания текстов различных жанров для рекламных и PR- кампаний
ПК-3 Способность участвовать в разработке коммуникационной стратегии организации	ИД-1пк-3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИД-2пк-3. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	Знать основы социокультурного регулирования поведения участников взаимодействий: бизнеса, общества, государства; основные концепции и модели социальной ответственности бизнеса по отношению к широкому кругу заинтересованных сторон; основные условия и факторы,

		влияющие на содержание и результаты социальной политики компаний; современные теории массовой коммуникации, основные методологические подходы в ее исследовании, классификационные признаки направлений в исследовании коммуникации. • Уметь выявлять интересы основных заинтересованных групп, оказывающих влияние на организацию и ее окружение; выявлять социально значимые проблемы, затрагивающие нормативные и социокультурные регуляторы взаимодействия участников; представлять интересы различных групп в организации при обсуждении и выработке решений социально значимых проблем и конфликтов; прогнозировать социальный эффект предлагаемых программ и проектов с точки зрения социальной ответственности на различных уровнях (личности, бизнеса, общества, государства); адекватно оценивать массовокоммуникационные процессы и эффекты журналисткой деятельности • Владеть методами анализа социально-экономических проблем и процессов в организации, принятия организационно-управленческих решений, разработки алгоритмов их реализации и готовность
--	--	---

		нести ответственность за их результаты; навыками анализа социально значимых проблем и процессов внутренней и внешней среды компании; навыками разработки и анализа программ в области социальной ответственности; навыками научно-критического анализа ситуации, функционирования массовой коммуникации и практической деятельности по созданию медиатекстов
ПК-4 Способность создавать каналы внутренней коммуникации (корпоративные СМИ, коммуникационные программы и мероприятия по созданию и продвижению внутренних ценностей организации) и оптимизировать их работу	ИД-1пк-4. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ИД-2пк-4. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства ИД-3пк-4. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	- Знает способы и методы самоорганизации и самообразования; методы анализа социально - экономических проблем и процессов в организации; основные теоретические положения формирования и развития корпоративной социальной ответственности; роль КСО в системе управления современной компанией; особенности национальных моделей КСО, институциональную базу планирования, организации и анализа КСО; этапы и процедуры включения КСО в систему стратегического и корпоративного управления; методические подходы к составлению социальной отчетности; инструменты и методы оценки КСО. - Умеет использовать на практике способы и методы самоорганизации и самообразования; анализировать социально - экономические проблемы и процессы в организации

		находить организационно - управленческие решения, и готов нести ответственность за их результаты; учитывать аспекты КСО при разработке и реализации стратегии организации; разрабатывать локальные документы компании в области КСО; идентифицировать и анализировать ожидания стейкхолдеров компании с позиции КСО; оценивать целесообразность и результативность форм и программ КСО. • Владеет навыками работы в малой группе, организации взаимодействий с членами группы, распределения обязанностей, совершенствования механизмов групповой работы; поиска и систематизации научной и научно -практической литературы по заданной теме; проведения анализа ситуации по методологии кейс-стади и соответствующего представления и аргументации предлагаемых решений.
ПК-5 Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий	ИД-1пк-5. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы ИД-2пк-5 Контролирует и регулирует ход выполнения	• Знать основные процессы стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий. • Уметь управлять процессами стратегического планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

	проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеть навыками управления процессами стратегического планирования.
ПК-6 Способность проводить сравнительный анализ возможностей различных медиа-каналов для выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медиа-носителей	ИД-1 пк-6. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ИД-2 пк-6. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	- Знать особенности коммуникации в современном информационном обществе; закономерности функционирования СМИ как важнейшего социального института; перспективные технологические тренды, оказывающие значимое влияние на медиаиндустрию - Уметь ставить и выполнять различные задачи, связанные с профессиональной деятельностью, опираясь на теоретические знания в области теории коммуникации; анализировать и оценивать эффективность своей работы (профессиональная рефлексия); выстраивать коммуникационную кампанию с учетом актуальных технологических инноваций - Владеть пониманием разных базовых и прикладных моделей коммуникации; основами управления коммуникативными процессами, методами анализа массовой коммуникации; навыками распознавания и оценивания технологических предпочтений аудитории в коммуникации
ПК-7 Способность проводить исследования общественной среды и общественного мнения,	ИД-1 пк-7. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с	Знать принципы исследования общественной среды и общественного мнения; коммуникационные

анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации	открытыми данными и большими объемами информации ИД-2пк-7. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	технологии для обеспечения внутренней и внешней PR- коммуникации органов власти, коммерческих предприятий и организаций, осуществляющих международную деятельность, в том числе с государственными службами, общественными и коммерческими организациями; механизмы влияния языка в применении PR-технологий в сфере международных отношений. • Уметь анализировать полученные данные и формулировать предложения по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью организации; планировать и проводить кампании по совершенствованию международного имиджа и бренда государственных организаций, осуществляющих международную деятельность; умеет выстраивать отношения и общение в межкультурном пространстве. • Владеть навыками самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности; навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры
---	---	--

		подразделений органов власти, коммерческих предприятий и организаций, ведущих международную деятельность, а также осуществлять их взаимодействие со средствами массовой информации, в том числе зарубежными, включая работу в сети Интернет.
ПК-8 Способность к презентации и популяризации исследовательских и инструментальных навыков в области рекламы и связей с общественностью	ИД-1пк-8. Разрабатывает научно-методические и учебно-методические материалы, обеспечивающие реализацию программ профессионального обучения ИД-2пк-8. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	- Знать функционал программных продуктов, используемых для анализа, интерпретации и представлении деловой информации и научных результатов - Уметь использовать методы построения историй при подготовке презентаций - Владеть навыками презентации исследовательских и инструментальных навыков в области рекламы и связей с общественностью.
ПК-9 Способность проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД-1пк-9 Формулирует концепцию научного исследования ИД-1пк-9 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	- Знать специфику социально-гуманитарной сферы; содержание общенаучных принципов и методов познания; алгоритм и методику осуществления научного исследования в сфере социально-гуманитарных наук; характеристики инновационной деятельности в образовательной сфере - Уметь самореализовываться, использовать творческий потенциал; анализировать проблемы исследований в сфере социальных коммуникаций, рекламы и связей с общественностью; осуществлять критику

		источников и методологических построений; самостоятельно осуществлять научное исследование с использованием современных методов науки; проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью • Владеть навыками творческого решения исследовательских задач; навыками самостоятельной научно-исследовательской деятельности; способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов
ПК-10 Способность осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ИД-1ПК-10. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной научной и методической литературы по направлению подготовки ИД-2ПК-10. Принимает участие в подготовке методических материалов при разработке проекта	• Знать теоретические основы организации научно-исследовательской и проектной деятельности; особенности, факторы и динамику групповых процессов; способы управления в критических ситуациях; модели эффективной коммуникации лидера и приемы работы в управленческой команде, а также принципы распределения ролей в команде; приемы эффективного контроля и мотивирования личности; методы поддержания системы управления в состоянии стабильности • Уметь использовать экспериментальные и теоретические методы исследования в

		профессиональной деятельности; планировать и организовывать психологическое обеспечение мероприятий по управлению командой; проявлять инициативность, ответственность и другие лидерские качества; определять ключевые особенности малой группы, социально-психологическую структуру группы • Владеть способами осмысления и критического анализа научной информации; технологией исследовательской и проектной деятельности; навыками использования развивающих технологий, направленных на повышение профессионализма управленческого персонала и руководства коллективом; навыками управления командой как системой и подсистемой организации; механизмами управления деятельностью команды и методами сплочения группы для повышения ее эффективности, а также технологиями выдвижения в лидеры
--	--	--

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам (представлены в рабочих программах дисциплин и практик) обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных ОПОП.

Практическая подготовка

Освоение ОПОП предусматривает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки. При освоении ОПОП

образовательная деятельность в форме практической подготовки может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом.

Объем практической подготовки (количество часов на реализацию дисциплин (модулей), практик, иных компонентов образовательной программы в форме практической подготовки) устанавливается в учебном плане исходя из содержания и направленности образовательной программы и ее компонентов и возможности их реализации в форме практической подготовки.

Содержание практической подготовки при реализации дисциплин (модулей), практики регламентируется рабочей программой.

Практическая подготовка при реализации дисциплин (модулей) организуется путем проведения практических занятий, практикумов, лабораторных работ и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практики непосредственно относятся к практической подготовке обучающихся по ОПОП, т.к. именно практика направлена на выполнение обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, способствующих формированию, закреплению и развитию практических навыков и компетенций по профилю соответствующей образовательной программы.

Практическая подготовка при проведении практики направлена на формирование умений и навыков в соответствии с трудовыми действиями и (или) трудовыми функциями по профилю образовательной программы.

5 Условия реализации ОПОП

5.1 Общесистемные требования к реализации ОПОП

ВГТУ располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОПОП в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (далее - ЭИОС) ВГТУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ВГТУ, так и за его пределами. Код доступа к ЭИОС: <http://education.cchgeu.ru/>.

ЭИОС ВГТУ 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.

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

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

5.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОПОП

Для реализации ОПОП магистратуры используются помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС ВГТУ.

Адрес официального сайта федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Воронежский государственный технический университет» в информационно-коммуникационной среде Интернет: <https://cchgeu.ru/>.

Реализация программы обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости).

ОПОП обеспечена учебно-методической документацией и материалами по всем учебным дисциплинам, практикам и ГИА в печатной и электронной формах. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

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.

Наряду с библиотечным фондом ВГТУ используются электронные библиотечные системы.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и обновляется при необходимости.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (при наличии) обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3 Кадровые условия реализации ОПОП

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

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

Не менее 75 процентов численности педагогических работников ВГТУ, участвующих в реализации программы магистратуры, 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).

Не менее 10 процентов численности педагогических работников ВГТУ, 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 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).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников ВГТУ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности 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) 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 ВГТУ, имеющим ученую степень, 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.

5.4 Финансовые условия реализации ОПОП

Финансовое обеспечение реализации ОПОП магистратуры 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 Минобрнауки России.

6 Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП определяется в рамках системы внутренней оценки качества образовательной деятельности, которая реализуется в соответствии с Положением о внутренней системе оценки качества образования ВГТУ с целью выполнения контрольной, методической, информационной и мотивационной функций.

В основе внутренней системы оценки качества образования ВГТУ лежат следующие принципы:

- объективность, достоверность, полнота и системность информации о качестве образования;
- открытость, прозрачность процедур оценки качества образования, доступность информации о состоянии и качестве образования для различных групп потребителей.

В целях совершенствования ОПОП при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП ВГТУ привлекает работодателей (Чеснова Елена Валерьевна, директор – Маркетинговое агентство «Авангард»; Рябых Александра Александровна, маркетолог – ООО «ВоронежТрансБизнес» (МоторЛенд); Сергиенко Наталья Александровна, руководитель онлайн- и офлайн-проектов – ИП Сергиенко Н. А.;

Педан Валентин Валентинович, пресс-секретарь – ГК Хамина; Деревякин Игорь Викторович, директор – ООО Региональное информационное агентство «Черноземье») и педагогических работников ВГТУ.

Внутренняя система независимой оценки качества образования включает проведение мониторинга удовлетворенности студентов и выпускников университета содержанием изучаемых дисциплин и образовательного процесса в целом, качеством преподавания дисциплин, условиями образовательного процесса, включая проведение учебной/производственной/преддипломной практик и состоянием образовательной среды в целом. По результатам оценки определяются направления совершенствования и модернизации ОПОП и образовательного процесса.

Внутренний независимый аудит реализации ОПОП проводится в соответствии с локальным нормативным актом университета с привлечением внутренних аудиторов, которые прошли обучение по программе «Внутренний аудит образовательного процесса в вузе» и не участвуют в реализации проверяемой ОПОП.

Систематически проводится самообследование, целью которого является анализ всех аспектов деятельности университета, влияющих на качество образовательного процесса. В его рамках, в том числе, реализуется внутренняя независимая оценка качества ресурсного обеспечения образовательной деятельности по программе магистратуры.

7 Рецензии на ОПОП

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу
высшего образования (ОПОП ВО) –

программу подготовки магистров по направлению подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью в сфере международных отношений»

(профиль)

магистр

квалификация (уровень)

форма обучения – очная, заочная

разработанную в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Воронежский государственный технический университет» (ВГТУ) и утвержденную ученым советом ВГТУ от 31 августа 2021 г., протокол № 1.

реквизиты ОПОП

Рецензируемая ОПОП разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (ФГОС), утвержденного приказом *Минобрнауки России от 28.06.2017 . №528.*

Рецензируемая ОПОП в полной мере соответствует локальному нормативному акту ВГТУ и имеет следующую структуру:

1. *Характеристика ОПОП ВО.*
2. *Учебный план, включая календарный график.*
3. *Рабочие программы дисциплин (модулей).*
4. *Программы практик.*
5. *Программа государственной итоговой аттестации, включая требования к ВКР.*
6. *Оценочные материалы.*
7. *Учебно-методические материалы.*

Программа подготовлена на кафедре связей с общественностью ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет» (ВГТУ), автор – заведующая кафедрой связей с общественностью, профессор Скрипникова Надежда Николаевна. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) разработана для обеспечения выполнения требований федерального государственного образовательного стандарта к минимуму содержания и подготовки магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью».

ОПОП включает следующие документы, регламентирующие содержание, организацию образовательного процесса и реализацию этой программы: годовой календарный учебный график, учебный план, рабочие программы дисциплин (модулей), включающие тематические планы учебных дисциплин, программы практик, оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации. Титульный лист ОПОП содержит полное наименование университета, информацию о направлении подготовки, квалификации выпускника и утверждении основной образовательной программы руководителями университета. Цель подготовки по направлению, сроки освоения программы и ее трудоемкость соответствуют требованиям ФГОС по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью». Характеристики профессиональной деятельности выпускника полностью раскрыты и соответствуют ФГОС по направлению подготовки.

Компетентностная модель выпускника учитывает все компетенции ФГОС по направлению подготовки с учетом профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н), «Специалист по информационным ресурсам» (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н). Годовой календарный учебный график соответствует трудоемкости ОПОП. Базовая часть циклов дисциплин учебного плана соответствует требованиям ФГОС. Выбор вариативной части дисциплин и структурно-логическая схема изучения дисциплин ОПОП обоснованы.

Рабочие программы дисциплин курса, практики и дисциплины по выбору обучающегося построены по единой схеме. Программы содержат пояснительную записку с определением цели и задач дисциплины; общую трудоемкость дисциплины и виды учебной работы с указанием трудоемкости разных видов учебной работы; содержание разделов дисциплины (модулей) и распределение трудоемкости по видам занятий; оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине, включающие описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, примерный перечень оценочных средств, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности; учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины); характеристику материально-технической базы для осуществления образовательного процесса и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).

Содержательная часть образовательной программы разработана на высоком методическом уровне с учетом актуальных тенденций научного и прикладного дискурсов коммуникационной сферы. Направленность программы, типы задач и задачи профессиональной деятельности выпускников тесно коррелируют с запросами субъектов рекламно-информационной индустрии. Планируемые результаты освоения ОПОП сформированы в группы универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с профессиональными стандартами, соответствующими профессиональной деятельности выпускников, а также с учетом требований к профессиональным компетенциям, предъявляемым к выпускникам на рынке труда.

Материально-техническое, информационно-коммуникационное и учебно-методическое обеспечение образовательной деятельности открывает неограниченный доступ к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) образовательного учреждения в течение всего периода обучения. Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих, и соответствует законодательству РФ. Кафедра «Связи с общественностью» ВГТУ и подразделения образовательного учреждения обеспечены научно-педагогическими кадрами, необходимыми для реализации ОПОП в соответствии с ФГОС по направлению 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью». Широкое использование научно-педагогическими сотрудниками ИКТ в контактной работе с обучающимися позволяет внедрять педагогические новации в образовательный процесс.

Заключение

Рецензируемая программа составлена с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей, имеет комплексный и целевой подход для подготовки квалифицированного выпускника, обладающего профессиональными навыками и компетенциями, необходимыми для дальнейшей профессиональной деятельности по соответствующему направлению.

Содержание подготовки обучающихся (учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик, оценочные материалы, методические материалы) и условия реализации ОПОП ВО 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью», соответствуют требованиям ФГОС и запланированным результатам освоения ОПОП ВО.

Материально-технические, информационно-коммуникационные, учебно-методические и кадровые ресурсы ВГТУ соответствуют содержанию профессиональной деятельности и профессиональным задачам, к которым готовится выпускник.

Реализуется процедура утверждения, анализа и актуализации образовательной программы с участием работодателей рекламно-коммуникационной отрасли.

Разработанная ОПОП ВО в полной мере соответствует заявленному уровню подготовки выпускников.

Рецензент:

доктор филологических наук, профессор кафедры
электронных СМИ и речевой коммуникации
факультета журналистики ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный университет»



А.М. Шестерена



8 Лист регистрации изменений

Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Внесены изменения в рабочие программы дисциплин в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2021	