

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



Утверждаю
Проректор по учебной работе
Г.А. Шабанов
«04» 01 2019 г.

**Образовательная программа высшего образования
по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень магистратура)
Цифровая коммуникация**

Образовательная программа рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета
22 января 2019 г., протокол № 28/94

Москва
2019 год

Общая характеристика образовательной программы «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

1.1. ФГОС ВО, профессиональные стандарты и другие документы, положенные в основу разработки образовательной программы

Образовательная программа «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) разработана на основании приказа Министерства образования и науки РФ «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» от 05 апреля 2017 г. № 301, в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 528, профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам», утвержденного приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08 сентября 2014 г. № 629н, с Положением о порядке разработки и утверждения образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры, реализующих актуализированные федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 16.04.2019 №124/о), с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 20.07.2018 №277/о), с Положением о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в АНО ВО «Российский новый университет» (приказ от 30.05.2016 № 204/о).

Содержание образовательной программы определялось на основе анализа требований к универсальным, общепрофессиональным и профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью, с участием ведущих экспертов в области рекламы, медиа и связей с общественностью - представителей, объединений работодателей: с участием ведущих экспертов в области рекламы, медиа и связей с общественностью: кандидата физико-математических наук, руководителя Организационного управления аппарата ЦИК Партии «Единая Россия» Юрьева Д.А., генерального директора рекламно-издательского агентства «Максим» Асланова Ж. М., директора по маркетингу и рекламе ООО «Военторг-Ритейл» Жидковой А.В., руководителя проектов PR-агентства «Полилог» Беленковой Л.М.

Срок получения образования по программе магистратуры (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) по очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

Срок освоения образовательной программы по заочной форме обучения увеличен на 4 месяца по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения.

Квалификация, присваиваемая выпускникам.

Лицам, завершившим обучение по образовательной программе и успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию, на основании решения государственной экзаменационной комиссии присваивается квалификация «магистр» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Типы задач профессиональной деятельности, к решению которых готовятся выпускники

Область и сфера профессиональной деятельности выпускников: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); в сфере рекламы и связей с общественностью.

В рамках освоения программы по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью обучающиеся готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующего типа: организационно-управленческая.

1.4. Направленность образовательной программы.

Исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов Университета направленность программы магистратуры Цифровая коммуникация конкретизирует содержание программы в рамках направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью путем ориентации ее на область, сферы и тип задач профессиональной деятельности выпускников.

Образовательная программа направлена на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности в области связи, информационных и коммуникационных технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) в соответствии с профессиональным стандартом «Специалист по информационным ресурсам», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 08 сентября 2014 г. N 629н, выполнению обобщенной трудовой функции по управлению (менеджменту) информационными ресурсами (код С), выполнению трудовых функций: организация работ по созданию и редактированию контента (код С/01.6); управление информацией из различных источников (код С/02.6).

1.5-1.7. Планируемые результаты освоения образовательной программы, результаты обучения по дисциплинам (модулям) и практикам, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

| 42.04.01 Реклама и связи с общественностью | | | | |
|--|--|---|--|---|
| код | 1.5. Результаты освоения образовательной программы | Дисциплина, практика | 1.6. Результаты обучения по дисциплинам и практикам | 1.7. Индикаторы достижения компетенций |
| Универсальные компетенции | | | | |
| УК-1 | Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий | Критический анализ и методы решения проблемных ситуаций в науке | Знать: УК-1-31 Сущность критического анализа проблемных ситуаций УК-1-32 Философские аспекты проблемных ситуаций УК-1-33 Сущность научной парадигмы УК-1-34 Критерии решения проблемных ситуаций в науке УК-1-35 Подходы западных и российских ученых к разрешению проблемных ситуаций в науке УК-1-36 Пути разрешения проблемных ситуаций в науке Уметь: УК-1-У1 Осуществлять критический анализ проблемных ситуаций УК-1-У2 Использовать системный подход в анализе критических ситуаций УК-1-У3 Вырабатывать стратегию действий по разрешению проблемных ситуаций в науке УК-1-У4 Анализировать научную деятельность и определять ее критерии УК-1-У5 Использовать философские аспекты науки и научного познания УК-1-У6 Использовать результаты анализа в профессиональной деятельности Владеть: УК-1-В1 Методами критического анализа проблемных ситуаций в науке УК-1-В2 Навыками решения проблемных ситуаций в науке УК-1-В3 Навыками использования результатов анализа в профессиональной деятельности УК-1-В4 Методами системного анализа проблемных ситуаций УК-1-В5 Способами определения научных парадигм УК-1-В6 Навыками использования полученных результатов анализа для достижения поставленных научных задач | УК-1.1. Проводит исследование проблемной ситуации, определяя факторы внешней и внутренней среды. УК-1.2. Критически анализирует проблемные ситуации, оценивает их последствия на реализацию стратегии развития предприятия УК-1.3. Применяет системный подход для выявления и оценки проблемных ситуаций УК-1.4. Вырабатывает стратегию действий по устранению проблемных ситуаций |
| | | Основы научных исследований в сфере коммуникаций | Знать: УК-1-З 1. Знать содержание и сущность научной деятельности; особенности и типы научных исследований, ориентироваться в научных достижениях в профессиональной сфере. УК-1-З 2. Знать алгоритм и основные этапы проведения научных исследований; существующие перспективные направления научных работ | |

| | | | | |
|------|---|----------------------|--|---|
| | | | <p>в выбранном направлении.</p> <p>УК-1-3 3. Знать особенности научной этики; современные методы активизации творчества.</p> <p>УК-1-3 4. Знать отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования; современные методы исследования.</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-1-У1. Уметь ставить задачи исследования; определять актуальность научного исследования; определять рамки научного исследования.</p> <p>УК-1-У2. Уметь разрабатывать планы, программы и методики проведения исследования.</p> <p>УК-1-У3. Уметь самостоятельно выполнять исследование для решения поставленных задач.</p> <p>УК-1-У4. Уметь участвовать в коллективном исследовании в сфере своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-1-В1. Владеть навыками определения целей исследования; постановки задачи исследования; навыками совместной работы в научных группах.</p> <p>УК-1-В2. Владеть навыками составления обзоров научной литературы на тему исследования; навыками библиографического поиска по теме исследования.</p> <p>УК-1-В3. Владеть навыками поиска, хранения и обработки интеллектуальной информации.</p> <p>УК-1-В4. Владеть навыками анализа и синтеза, научными обобщениями, выводами и аргументирования соображений.</p> | |
| УК-2 | Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | Проектный менеджмент | <p>Знать:</p> <p>УК-2-31 Специфику проектной деятельности в профессиональной сфере</p> <p>УК-2-32 Общие принципы проектной деятельности и ее значение в профессиональной сфере</p> <p>УК-2-33 Научные, теоретические и методические основы системы управления проектами</p> <p>УК-2-34 Методические подходы к планированию и реализации проектов</p> <p>УК-2-35 Методы принятия управленческих решений при планировании и реализации проектной деятельности</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-2-У1 Планировать и организовывать проектную деятельность в профессиональной сфере</p> <p>УК-2-У2 Планировать и распределять задачи между участниками проекта</p> <p>УК-2-У3 Обосновывать управленческие решения в области проектирования организационных структур управления проектами</p> <p>УК-2-У4 Эффективно организовывать работу в рамках команды проекта</p> | <p>УК-2.1. Определяет цель и задачи проекта.</p> <p>УК-2.2. Разрабатывает стратегические решения по реализации проекта, исходя из требований нормативных правовых актов, имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3. Определяет виды работ и распределяет их между участниками проекта</p> <p>УК-2.4.</p> |

| | | | | |
|------|--|---|--|--|
| | | | <p>УК-2-У5 Нести ответственность за своевременную передачу информации</p> <p>Владеть: УК-2-В1 Технологиями организации и управления проектной деятельности УК-2-В2 Методами управления проектными командами и мониторинга выполнения проекта УК-2-В3 Современными методами принятия управленческих решений по организации и управлению проектом УК-2-В4 Навыками проектирования моделей организационных структур управления проектами УК-2-В5 Методами анализа эффективности действующих организационных структур управления проектами</p> | <p>Формулирует ожидаемые результаты реализации проекта и проводит мониторинг их достижения на всех этапах жизненного цикла проекта УК-2.5. Проводит презентацию бизнес-идеи и результаты реализации проекта</p> |
| УК-3 | Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели | Современные технологии командообразования в организации | <p>Знать: УК-3-31 Сущность команды и подходы к ее определению УК-3-32 Сущность и условия эффективности общения и взаимодействия в команде УК-3-33 Сущность и разновидности командных стратегий достижения цели УК-3-34 Суть барьеров в общении между членами группы</p> <p>Уметь: УК-3-У1 Анализировать сущность команды и подходы разных авторов к определению этого понятия УК-3-У2 Сравнивать разные уровни общения и взаимодействия в команде УК-3-У3 Описывать разновидности командных стратегий достижения цели, приводить примеры УК-3-У4 Анализировать суть барьеров в общении между членами группы</p> <p>Владеть: УК-3-В1 Приемами управления командной работой УК-3-В2 Методами и приемами оценки эффективности общения и взаимодействия в команде УК-3-В3 Приемами оценки командной стратегии достижения цели УК-3-В4 Приемами анализа и определения сути барьеров в общении между членами группы</p> | <p>УК-3.1. Умеет организовывать и руководить работой команды с учетом особенностей поведения членов трудовых коллективов УК-3.2. Разрабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели УК-3.3. Определяет результаты реализации командной стратегии. УК-3.4. Демонстрирует лидерские качества в управлении работой команды</p> |
| УК-4 | Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | Деловые межкультурные коммуникации на иностранном языке | <p>Знать: УК-4-31 Функционально-стилевые разновидности устной и письменной речи и дискурсивно-когнитивные условия ее реализации УК-4-32 Правила и технику перевода научного или профессионального текста с одного языка на другой УК-4-33 Принципы ведения академической и профессиональной дискуссии на иностранном языке УК-4-34 Принципы работы с различными источниками информации, в т.ч.</p> | <p>УК-4.1. Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в производственной или образовательной</p> |

| | | | | |
|------|--|---|---|---|
| | | | <p>статьями, монографиями и другими разновидностями научных текстов</p> <p>УК-4-35 Структурные и содержательные особенности устной и письменной коммуникации на профессиональные темы и принципы ее организации</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-4-У1 Создавать творческие и научные работы (статьи, рефераты, доклады, презентации) по обозначенной теме в рамках профессиональной проблематики на иностранном языке</p> <p>УК-4-У2 Создавать адекватный перевод профессионального или академического текста с иностранного языка на русский или с русского языка на иностранный с использованием словаря</p> <p>УК-4-У3 Применять правила ведения дискуссии на иностранном языке</p> <p>УК-4-У4 Анализировать и систематизировать информацию в области профессиональной деятельности из зарубежных источников</p> <p>УК-4-У5 Понимать основное содержание академических и профессиональных текстов, в т.ч. статей, докладов и др.</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-4-В1 Навыками создания текста соответствующей функционально-стилевой разновидности по профессиональной проблематике</p> <p>УК-4-В2 Достаточным активным и пассивным запасом профессиональной лексики, включая фразеологические обороты, клише, устойчивые словосочетания и профессиональные термины, для перевода специальных текстов</p> <p>УК-4-В3 Высоким уровнем речевой культуры, необходимым для выполнения профессиональных и академических задач в процессе ведения дискуссии</p> <p>УК-4-В4 Навыками работы с различными источниками информации (словарями, справочниками различного типа, электронными ресурсами сети Интернет, научными работами) для осуществления самостоятельной поисково-познавательной деятельности при подборе информации в области профессиональной деятельности</p> <p>УК-4-В5 Умением следить за ходом и понимать основную идею сообщений и докладов по профессиональным темам</p> | <p>деятельности.</p> <p>УК-4.2. Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия на государственном и иностранном (-ых) языках в производственной или образовательной деятельности.</p> <p>УК-4.3. Применяет современные информационные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации в процессе решения текущих и стратегических задач на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (-ых) на государственный язык и обратно.</p> |
| УК-5 | Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | Культура и межкультурное взаимодействие | <p>Знать:</p> <p>УК-5-31 Особенности и разнообразие культур</p> <p>УК-5-32 Особенности межкультурного взаимодействия</p> <p>УК-5-33 Негативные явления межкультурного общения</p> <p>УК-5-34 Сущность культурного шока и его причины</p> <p>УК-5-35 Соотношение культуры и цивилизации</p> <p>УК-5-36 Культуру как социально – психологическое явление</p> <p>Уметь:</p> | <p>УК-5.1. Проводит анализ разнообразия культур, их особенностей в процессе межкультурного взаимодействия.</p> <p>УК-5.2. Использует в</p> |

| | | | | |
|--|----------------|--|--|--|
| | | <p>УК-5-У1 Прививать культуру межкультурного общения УК-5-У2 Соблюдать правила межкультурного общения УК-5-У3 Организовывать правильное взаимодействие представителей различных культур для выполнения стоящих задач УК-5-У4 Предупреждать и разрешать межкультурные конфликты УК-5-У5 Воспитывать у подчиненных толерантное отношение к представителям иных культур УК-5-У6 Соотносить межкультурные ценности для создания условий эффективного межкультурного взаимодействия</p> <p>Владеть: УК-5-В1 Навыками межкультурного общения УК-5-В2 Способами анализа особенностей и сущности различных культур УК-5-В3 Культурой общения представителями различных культур УК-5-В4 Методами организации межкультурного взаимодействия УК-5-В5 Навыками поиска межкультурных ценностей для сближения представителей различных культур УК-5-В6 Методами анализа и планирования работы по межкультурному взаимодействию</p> | | <p>производственной или образовательной деятельности необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p> <p>УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп общества и производственного коллектива.</p> <p>УК-5.4. Проявляет способности недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с учетом социокультурных особенностей людей в целях эффективного достижения поставленных целей.</p> |
| | Этнопсихология | <p>Знать: УК-5-31 Предмет и задачи этнопсихологии УК-5-32 Содержание истории развития этнопсихологии в нашей стране и за рубежом УК-5-33 Природу и сущность этнопсихологических явлений УК-5-34 Содержание понятия «субъекты этнопсихологических явлений» УК-5-35 Методологию и методы изучения этнопсихологических явлений УК-5-36 Содержание этнопсихологических особенностей народов</p> <p>Уметь: УК-5-У1 Охарактеризовать современное состояние этнопсихологической науки и практики УК-5-У2 Охарактеризовать содержание истории развития этнопсихологии в нашей стране и за рубежом УК-5-У3 Охарактеризовать природу и сущность этнопсихологических явлений УК-5-У4 Охарактеризовать содержание понятия «субъекты этнопсихологических явлений» УК-5-У5 Охарактеризовать методологию и методы изучения этнопсихологических явлений УК-5-У6 Охарактеризовать содержание этнопсихологических особенностей народов</p> <p>Владеть: УК-5-В1 Методами этнопсихологии</p> | | |

| | | | | |
|------|---|---------------------------------------|---|---|
| | | | <p>УК-5-В2 Алгоритмом анализа методологических подходов в отечественной и зарубежной этнопсихологии</p> <p>УК-5-В3 Алгоритмом анализа этнопсихологических явлений</p> <p>УК-5-В4 Алгоритмом анализа особенностей субъектов этнопсихологических явлений</p> <p>УК-5-В5 Методами изучения различных этнопсихологических явлений</p> <p>УК-5-В6 Методами анализа этнопсихологических особенностей народов</p> | |
| УК-6 | Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки | Технология персональной эффективности | <p>Знать:</p> <p>УК-6-31 Сущность и ориентиры персональной эффективности личности</p> <p>УК-6-32 Ресурсы персональной эффективности и самореализации личности</p> <p>УК-6-33 Сущность и пути персональной эффективности</p> <p>УК-6-34 Сущность и факторы профессиональной ориентации и профессионального самоопределения личности</p> <p>Уметь:</p> <p>УК-6-У1 Применять способы оценки ресурсов личности</p> <p>УК-6-У2 Применять способы планирования персональной эффективности личности</p> <p>УК-6-У3 Разрабатывать программу персональной эффективности личности</p> <p>УК-6-У4 Пользоваться способами оценки помех деятельности</p> <p>Владеть:</p> <p>УК-6-В1 Методами персональной эффективности</p> <p>УК-6-В2 Приемами самореализации и использования творческого потенциала</p> <p>УК-6-В3 Приемами консультирования по вопросам оптимизации персональной самоэффективности</p> <p>УК-6-В4 Способами определения проблем и перспектив профессиональной ориентации и профессионального самоопределения</p> | <p>УК-6.1. Умеет проводить самоанализ и самооценку, определять направления повышения личной эффективности</p> <p>УК-6.2. Демонстрирует умение определять приоритеты собственной профессиональной деятельности, проводить их ранжирование</p> <p>УК-6.2. Применяет системное и критическое мышление для оценки путей и способов совершенствования собственной профессиональной деятельности</p> <p>УК-6.3. Умеет достигать поставленных личных профессиональных целей с учетом имеющихся ресурсов.</p> <p>УК-6.4. Проводит оценку эффективности использования времени и других ресурсов для достижения поставленных целей.</p> |

Общепрофессиональные компетенции

| | | | | |
|--------------|---|---|---|--|
| <p>ОПК-1</p> | <p>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</p> | <p>Планирование и реализация коммуникационной кампании</p> | <p>Знать: ОПК-1-3 1. Знать профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью. ОПК-1-32. Знать информационные и документационные источники разных лет, касающиеся развития связей с общественностью. ОПК-1-3 3. Знать содержание и методику коммуникационных кампаний и мероприятий. ОПК-1-3 4. Знать основные технологии и методы планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий. Уметь: ОПК-1-У1. Уметь использовать технологии создания цифровых PR-проектов для продвижения компании. ОПК-1-У2. Уметь планировать и проводить различные коммуникационные кампании и мероприятия. ОПК-1-У3. Уметь применять современные методы и технологии в планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий. ОПК-1-У4. Уметь анализировать и оценивать эффективность применения современных методов и технологий планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий. Владеть: ОПК-1-В1. Владеть навыками работы с источниками профессиональной информации для специалистов в области рекламы и связей с общественностью. ОПК-1-В2. Владеть навыками работы с представителями различных культур. ОПК-1-В3. Владеть навыками планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий. ОПК-1-В4. Владеть навыками творческого подхода к организации коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> | <p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> |
| | | <p>Производственная практика: научно-исследовательская практика</p> | <p>Знать: ОПК-1-3 1. Знать методы планирования, организации и координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов. Уметь: ОПК-1-У1. Уметь планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов. Владеть: ОПК-1-В1. Владеть навыками планирования, организации и</p> | |

| | | | | |
|-------|--|---|--|--|
| | | | <p>координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.</p> | |
| | | <p>Производственная практика: преддипломная практика</p> | <p>Знать: ОПК-1-З 1. Знать методы планирования, организации и координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.</p> <p>Уметь: ОПК-1-У1. Уметь планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеть: ОПК-1-В1. Владеть навыками планирования, организации и координирования процесса создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.</p> | |
| ОПК-2 | <p>Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p> | <p>Оценка и прогнозирование социально-политической обстановки</p> | <p>Знать: ОПК-2-З 1. Знать теоретические основы оценочно-прогностической деятельности. ОПК-2-З 2. Знать социально-экономические, политические и культурные аспекты анализа изучаемой обстановки. ОПК-2-З 3. Знать содержание информационной и аналитической работы. ОПК-2-З 4. Знать сущность эмпирического уровня научного исследования. ОПК-2-З 5. Знать значение и роль общенаучных и специфических методов анализа и оценки. ОПК-2-З 6. Знать роль и место законов логики в информационно-аналитической деятельности.</p> <p>Уметь: ОПК-2-У1. Уметь использовать технологии исследований для обеспечения коммуникаций. ОПК-2-У2. Уметь использовать системы, принципы и виды исследований в рекламе и связях с общественностью. ОПК-2-У3. Уметь применять современные технологии, методы и методики исследований в целях обеспечения необходимого коммуникационного взаимодействия. ОПК-2-У4. Уметь применять метод контент-анализа. ОПК-2-У5. Уметь применять экспертные методы оценки. ОПК-2-У6. Уметь устанавливать взаимосвязь основных понятий прогнозирования.</p> <p>Владеть: ОПК-2-В1. Владеть организацией и порядком проведения необходимых исследований. ОПК-2-В2. Владеть методами сбора, систематизации, анализа и</p> | <p>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</p> |

| | | | | |
|-------|---|--|---|---|
| | | | <p>практического использования собранной информации.</p> <p>ОПК-2-В3. Владеть методами анализа внутренних и международных контактов и коммуникаций.</p> <p>ОПК-2-В4. Владеть пониманием роли оценки и прогноза в информационной деятельности.</p> <p>ОПК-2-В5. Владеть навыками классификации социально-политической обстановки.</p> <p>ОПК-2-В6. Владеть навыками подготовки выводов из оценки СПО.</p> | |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | <p>Знать:</p> <p>ОПК-2-3 1. Знать методы анализа тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-2-У1. Уметь анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2-В1. Владеть навыками разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать:</p> <p>ОПК-2-3 1. Знать методы анализа тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-2-У1. Уметь анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов.</p> <p>Владеть:</p> <p>ОПК-2-В1. Владеть навыками разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> | |
| ОПК-3 | Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах | <p>Знать:</p> <p>ОПК-3-3 1. Знать информационные и документационные источники разных лет, касающиеся развития связей с общественностью.</p> <p>ОПК-3-3 2. Знать профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ОПК-3-3 3. Знать специфику подготовки и проведения коммуникационных кампаний.</p> <p>ОПК-3-3 4. Знать информационные технологии, используемые в разных сферах деятельности.</p> <p>ОПК-3-3 5. Знать новейшие тенденции в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Уметь:</p> <p>ОПК-3-У1. Уметь пользоваться литературой, документацией и другой</p> | <p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| | | | <p>информацией, касающейся развития связей с общественностью. ОПК-3-У2. Уметь осуществлять профессиональные функции специалистов в области рекламы и связей с общественностью. ОПК-3-У3. Уметь разрабатывать и проводить коммуникационные кампании. ОПК-3-У4. Уметь применять информационные технологии, используемые в разных сферах деятельности. ОПК-3-У5. Уметь грамотно использовать информацию, получаемую из Интернет-источников. Владеть: ОПК-3-В1. Владеть навыками использования литературных и документационных источников. ОПК-3-В2. Владеть профессиональными функциями специалистов в области рекламы и связей с общественностью. ОПК-3-В3. Владеть навыками разработки и проведения коммуникационных кампаний. ОПК-3-В4. Владеть навыками применения информационных технологий, используемых в разных сферах деятельности. ОПК-3-В5. Владеть навыками оперативной обработки информации и планирования деятельности.</p> | <p>реализации иных коммуникационных продуктов</p> |
| | | <p>Производственная практика: научно-исследовательская практика</p> | <p>Знать: ОПК-3-З 1. Знать методы анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры. Уметь: ОПК-3-У1. Уметь анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов, коммуникационных продуктов. Владеть: ОПК-3-В1. Владеть навыками анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.</p> | |
| | | <p>Производственная практика: преддипломная практика</p> | <p>Знать: ОПК-3-З 1. Знать методы анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры. Уметь: ОПК-3-У1. Уметь анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиапродуктов, коммуникационных продуктов. Владеть: ОПК-3-В1. Владеть навыками анализа многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов.</p> | |

| | | | | |
|-------|--|--|--|--|
| ОПК-4 | Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты | Коммуникации в некоммерческом секторе | <p>Знать: ОПК-4-3 1. Знать современные методы решения задач в профессиональной сфере управления коммуникациями НКО. ОПК-4-3 2. Знать особенности коммуникации между корпоративным, гражданским и государственным секторами, учитывая федеральную и региональную проблематику. ОПК-4-3 3. Знать особенности коммуникации между корпоративным, гражданским и государственным секторами, учитывая международную проблематику. ОПК-4-3 4. Знать фактическое состояние и тенденции законодательного регулирования коммуникаций в сфере НКО.</p> <p>Уметь: ОПК-4-У1. Уметь генерировать идеи, разрабатывать концепции коммуникационных программ. ОПК-4-У2. Уметь осуществлять руководство коммуникационными кампаниями, процессом медиапланирования. ОПК-4-У3. Уметь вести переговоры с представителями различных целевых аудиторий в сфере НКО. ОПК-4-У4. Уметь строить профессиональную деятельность, бизнес и делать выбор, руководствуясь принципами социальной ответственности.</p> <p>Владеть: ОПК-4-В1. Владеть навыками разработки коммуникационной стратегии взаимодействия государства, бизнеса и гражданского общества в России и на международном уровне. ОПК-4-В2. Владеть навыками межличностного общения в профессиональной среде, в том числе в международной сфере. ОПК-4-В3. Владеть навыками определения общих целей в корпоративной и социальной сферах. ОПК-4-В4. Владеть навыками структурирования деятельности в корпоративной сфере на основе принципов социальной ответственности.</p> | ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | <p>Знать: ОПК-4-3 1. Знать методы анализа потребностей общества и аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса.</p> <p>Уметь: ОПК-4-У1. Уметь анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты.</p> <p>Владеть: ОПК-4-В1. Владеть навыками анализа потребностей общества и аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты.</p> | |

| | | | | |
|-------|--|--|--|---|
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ОПК-4-3 1. Знать методы анализа потребностей общества и аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса.</p> <p>Уметь: ОПК-4-У1. Уметь анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты.</p> <p>Владеть: ОПК-4-В1. Владеть навыками анализа потребностей общества и аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты.</p> | |
| 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 | Коммуникации со средствами массовой информации | <p>Знать: ОПК-5-3 1. Знать основные понятия цели и задачи медиатекста. ОПК-5-3 2. Знать сферы применения различных видов текста. ОПК-5-3 3. Знать специфику работы в различных видах СМИ. ОПК-5-3 4. Знать целевое назначение рекламных текстов.</p> <p>Уметь: ОПК-5-У1. Уметь находить читательский адрес и целевое назначение текста. ОПК-5-У2. Уметь работать с источниками информации по поиску и верификация. ОПК-5-У3. Уметь взаимодействовать с журналистами, составлять, обновлять и поддерживать базу контактов. ОПК-5-У4. Уметь работать с фактами, цифрами и цитатами.</p> <p>Владеть: ОПК-5-В1. Владеть навыками работы с медиатекстом в печатных СМИ. ОПК-5-В2. Владеть навыками языка и стиля теленовостей. ОПК-5-В3. Владеть навыками написания эффективной адресной рассылки. ОПК-5-В4. Владеть навыками работы с медиатекстом в рекламном агентстве.</p> | 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 |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | <p>Знать: ОПК-5-3 1. Знать методы анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Уметь: ОПК-5-У1. Уметь анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем страны и мира.</p> <p>Владеть: ОПК-5-В1. Владеть навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона.</p> | |

| | | | | |
|-------|---|--|--|--|
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ОПК-5-3 1. Знать методы анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Уметь: ОПК-5-У1. Уметь анализировать тенденции развития медиакоммуникационных систем страны и мира.</p> <p>Владеть: ОПК-5-В1. Владеть навыками анализа тенденций развития медиакоммуникационных систем региона.</p> | учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
| ОПК-6 | Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии | Инструменты цифровых коммуникаций | <p>Знать: ОПК-6-3 1. Знать об инструментари, используемом для креативных и коммуникационных стратегий в Интернет. ОПК-6-3 2. Знать специфику различных медиа каналов и точек контакта с потребителем. ОПК-6-3 3. Знать способы разработки технико-экономических обоснований проектов. ОПК-6-3 4. Знать структуру рынка цифровых коммуникаций в России.</p> <p>Уметь: ОПК-6-У1. Уметь уверенно обосновывать необходимость применения технологических решений для разных целей интернет-маркетинга. ОПК-6-У2. Уметь обосновывать необходимость площадок и платформ исходя из фактических и статистических данных. ОПК-6-У3. Уметь корректно интерпретировать параметры для оценки рекламной кампании. ОПК-6-У4. Уметь корректно соотносить цели и показатели эффективности между собой.</p> <p>Владеть: ОПК-6-В1. Владеть навыками подбора подходящих платформ, площадок, форматов для реализации целей рекламных кампаний. ОПК-6-В2. Владеть навыками составления медиапланов. ОПК-6-В3. Владеть навыками распознавания цели рекламных кампаний в программатике, контекстной рекламе и рекламе в социальных сетях. ОПК-6-В4. Владеть навыками использования верного инструментария для достижения цели рекламных кампаний.</p> | ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская практика | <p>Знать: ОПК-6-3 1. Знать методы отбора и внедрения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Уметь: ОПК-6-У1. Уметь отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> | |

| | | | | |
|-------|---|--|--|--|
| | | | <p>Владеть: ОПК-6-В1. Владеть навыками отбора и внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ОПК-6-З 1. Знать методы отбора и внедрения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>Уметь: ОПК-6-У1. Уметь отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>Владеть: ОПК-6-В1. Владеть навыками отбора и внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</p> | |
| ОПК-7 | Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности | Современные проблемы коммуникативистики | <p>Знать: ОПК-7-З 1. Знать коммуникационные потребности и коммуникационные проблемы организации. ОПК-7-З 2. Знать сущность и значение коммуникации в развитии современного информационного общества. ОПК-7-З 3. Знать основные требования к выработке стратегии коммуникации и функциональных стратегий. ОПК-7-З 4. Знать психологические эффекты коммуникации.</p> <p>Уметь: ОПК-7-У1. Уметь анализировать коммуникативную ситуацию. ОПК-7-У2. Уметь поддерживать внутреннюю и внешнюю коммуникации. ОПК-7-У3. Уметь организовывать информационно-коммуникативную деятельность в интересах организации. ОПК-7-У4. Уметь предупреждать дисфункции в организационных коммуникациях.</p> <p>Владеть: ОПК-7-В1. Владеть навыками сбора, анализа и структурирования информации при подготовке коммуникационных мероприятий. ОПК-7-В2. Владеть навыками использования кодов коммуникации. ОПК-7-В3. Владеть навыками планирования коммуникационных мероприятий. ОПК-7-В4. Владеть навыками планирования коммуникационных кампаний.</p> | ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности |
| | | Производственная практика: научно-исследовательская | <p>Знать: ОПК-7-З 1. Знать методы оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере.</p> | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | практика | <p>Уметь: ОПК-7-У1. Уметь оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере.</p> <p>Владеть: ОПК-7-В1. Владеть навыками оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ОПК-7-3 1. Знать методы оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере.</p> <p>Уметь: ОПК-7-У1. Уметь оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере.</p> <p>Владеть: ОПК-7-В1. Владеть навыками оценки и прогнозирования эффектов в медиасфере.</p> | |
| Дополнительные профессиональные компетенции | | | | |
| ДПК-1 | Способен к управлению эффективной коммуникационной инфраструктурой организации | Управление коммуникационной службой организации | <p>Знать: ДПК-1-3 1. Знать структуру, функции, задачи и направления деятельности служб рекламы и связей с общественностью. ДПК-1-3 2. Знать методы и приемы, применяемые PR-специалистами при планировании и осуществлении коммуникационные кампании и мероприятия. ДПК-1-3 3. Знать основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области. ДПК-1-3 4. Знать рамки персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации.</p> <p>Уметь: ДПК-1-У1. Уметь руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью. ДПК-1-У2. Уметь руководить деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов. ДПК-1-У3. Уметь применять основные положения нормативно-правовых документов (российских и международных), регламентирующих деятельность в указанной области. ДПК-1-У4. Уметь нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: ДПК-1-В1. Владеть навыками подготовки организационно-распорядительной и специальной (заявление о миссии организации, план работы отдела, отчет о работе и др.) документации.</p> | <p>ДПК-1.1. Знает инструменты и методы управления эффективной коммуникационной инфраструктурой организации</p> <p>ДПК-1.2. Осуществляет управление эффективной коммуникационной инфраструктурой организации.</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | | <p>ДПК-1-В2. Владеть навыками руководства деятельностью служб рекламы и связей с общественностью в организациях разных типов.</p> <p>ДПК-1-В3. Владеть методами оценки эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>ДПК-1-В4. Владеть навыками персональной ответственности руководителя службы рекламы и связей с общественностью организации.</p> | |
| | | <p>Антикризисные коммуникации</p> | <p>Знать:</p> <p>ДПК-1-3 1. Знать основы теории коммуникации и классических технологий антикризисного PR.</p> <p>ДПК-1-3 2. Знать основы технологий управления коммуникациями в традиционной коммуникационной среде — СМИ.</p> <p>ДПК-1-3 3. Знать основы технологий управления коммуникациями в новой коммуникационной среде — блогосферы, социальных сетей, digital-коммуникаций.</p> <p>ДПК-1-3 4. Знать методологические основы моделирования антикризисных PR-кампаний в различных сферах политической, экономической и социальной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-1-У1. Уметь прогнозировать, оценивать кризисные явления.</p> <p>ДПК-1-У2. Уметь планировать антикризисные мероприятия.</p> <p>ДПК-1-У3. Уметь планировать антикризисные кампании.</p> <p>ДПК-1-У4. Уметь прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов.</p> <p>Владеть:</p> <p>ДПК-1-В1. Владеть навыками управления нейтрализации коммуникационных кризисов.</p> <p>ДПК-1-В2. Владеть навыками творческого мышления.</p> <p>ДПК-1-В3. Владеть навыками решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисного PR.</p> <p>ДПК-1-В4. Владеть навыками разработки планов антикризисных коммуникаций.</p> | |
| | | <p>Внутрикорпоративные коммуникации</p> | <p>Знать:</p> <p>ДПК-1-3 1. Знать особенности взаимосвязи внутренних коммуникаций с корпоративной культурой компании.</p> <p>ДПК-1-3 2. Знать цели и задачи отдела внутрикорпоративных коммуникаций компании.</p> <p>ДПК-1-3 3. Знать предпосылки роста актуальности внутренних коммуникаций (IC) и основные тенденции развития IC в мире.</p> <p>ДПК-1-3 4. Знать приемы и методы работы в системе внутрикорпоративных коммуникаций, особенности оценки эффективности внутренних коммуникаций в компании.</p> | |

| | | | | |
|-------|--|---|---|--|
| | | | <p>Уметь: ДПК-1-У1. Уметь применять полученные теоретические знания для аргументированных суждений по вопросам управления внутрикорпоративными коммуникациями. ДПК-1-У2. Уметь применять полученные практические знания для управления внутрикорпоративными коммуникациями. ДПК-1-У3. Уметь анализировать закономерности развития коммуникационных процессов. ДПК-1-У4. Уметь выявлять тенденции, оценить их современное состояние при решении задач в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: ДПК-1-В1. Владеть навыками анализа и решения конкретных ситуаций в сфере внутрикорпоративных коммуникаций. ДПК-1-В2. Владеть навыками использования инструментов внутрикорпоративных коммуникаций. ДПК-1-В3. Владеть навыками выстраивания двусторонних коммуникаций и организации системы внутренних коммуникаций. ДПК-1-В4. Владеть методами оценки и исследования мнения персонала о различных аспектах корпоративной культуры, каналах коммуникаций, вовлеченности, лояльности и т.д.</p> | |
| | | Производственная практика: профессионально-творческая практика | <p>Знать: ДПК-1-З 1. Знать способы управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p> <p>Уметь: ДПК-1-У1. Уметь управлять коммуникационной инфраструктурой организации.</p> <p>Владеть: ДПК-1-В1. Владеть навыками выстраивания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ДПК-1-З 1. Знать способы управления коммуникационной инфраструктурой организации.</p> <p>Уметь: ДПК-1-У1. Уметь управлять коммуникационной инфраструктурой организации.</p> <p>Владеть: ДПК-1-В1. Владеть навыками выстраивания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.</p> | |
| ДПК-2 | Способен к исследованию и планированию цифровой коммуникации | Он-лайн исследование в области коммуникаций | <p>Знать: ДПК-2-З 1. Знать основные принципы организации онлайн-исследований. ДПК-2-З 2. Знать основные этапы подготовки онлайн-исследования.</p> | <p>ДПК-2.1. Знает инструменты и методы исследований</p> |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | | <p>ДПК-2-3 3. Знать основные этапы проведения онлайн-исследования. ДПК-2-3 4. Знать основные достоинства и ограничения различных методов онлайн-исследований.</p> <p>Уметь: ДПК-2-У1. Уметь сформулировать онлайн-методы для решения той или иной задачи. ДПК-2-У2. Уметь обосновать применимость онлайн-методов для решения той или иной задачи. ДПК-2-У3. Уметь выбрать и обосновать применимость одного или нескольких методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления. ДПК-2-У4. Уметь обосновать особенность одного или нескольких методов онлайн-исследования при изучении того или иного явления.</p> <p>Владеть: ДПК-2-В1. Владеть навыками разработки дизайна рыночного онлайн-исследования. ДПК-2-В2. Владеть навыками разработки дизайна социологического онлайн-исследования. ДПК-2-В3. Владеть навыками практической реализации исследовательского проекта. ДПК-2-В4. Владеть навыками презентации результатов онлайн-исследования.</p> | <p>цифровой коммуникации. ДПК-2.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере планирования коммуникационных кампаний в цифровой среде.</p> |
| | | <p>Экосистема цифровых коммуникаций</p> | <p>Знать: ДПК-2-3 1. Знать определения всех частей программатик-экосистемы. ДПК-2-3 2. Знать определения систем контекстной и таргетированной рекламы. ДПК-2-3 3. Знать структуру экосистемы, рынка существующих технологий веб-коммуникаций. ДПК-2-3 4. Знать связи различных цифровых платформ и форматов друг с другом.</p> <p>Уметь: ДПК-2-У1. Уметь формулировать и обосновывать эффективные стратегии продвижения брендов в цифровой среде. ДПК-2-У2. Уметь анализировать и прогнозировать результаты цифровых кампаний. ДПК-2-У3. Уметь разрабатывать и использовать мультимедийные коммуникационные стратегии. ДПК-2-У4. Уметь выбрать правильные носители и инструменты, исходя из их эффективности.</p> <p>Владеть: ДПК-2-В1. Владеть навыками разработки отдельных компонентов</p> | |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>цифровых стратегий в рамках практических групповых и индивидуальных заданий.</p> <p>ДПК-2-В2. Владеть навыками сравнительного анализа возможностей различных медиаканалов.</p> <p>ДПК-2-В3. Владеть навыками выхода на аудиторию с использованием наиболее подходящих медианосителей.</p> <p>ДПК-2-В4. Владеть навыками использования платформ мессенджеров в цифровой коммуникации.</p> | |
| | Комплексный подход к планированию кампаний в новых медиа | | <p>Знать:</p> <p>ДПК-2-3 1. Знать общие тенденции и перспективы развития современной PR-отрасли.</p> <p>ДПК-2-3 2. Знать специфические особенности российского рынка.</p> <p>ДПК-2-3 3. Знать основные PR-технологии и инструменты.</p> <p>ДПК-2-3 4. Знать этические аспекты работы современных PR-служб в контексте их отношений с клиентами, партнерами, деловым сообществом, журналистским корпусом и коллегами по профессии.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-2-У1. Уметь организовать работу с новыми медиа.</p> <p>ДПК-2-У2. Уметь искать, проверять, систематизировать информацию по теме медиаматериала.</p> <p>ДПК-2-У3. Уметь осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов в агентском бизнесе.</p> <p>ДПК-2-У4. Уметь осуществлять практическую деятельность в области PR-консультирования и реализации PR-проектов на стороне клиента (in-house).</p> <p>Владеть:</p> <p>ДПК-2-В1. Владеть навыками самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых медиасервисов и работы с ними.</p> <p>ДПК-2-В2. Владеть навыками работы со стейкхолдерами компании.</p> <p>ДПК-2-В3. Владеть навыками ведения переговоров новыми медиа.</p> <p>ДПК-2-В4. Владеть навыками анализа информационного поля заказчика и составления брифа.</p> | |
| | Многоканальная бизнес коммуникация | | <p>Знать:</p> <p>ДПК-2-3 1. Знать основную проблематику интернет-маркетинга, мобильного маркетинга, поведения потребителя в цифровых средах.</p> <p>ДПК-2-3 2. Знать основные подходы и инструменты digital-маркетинга.</p> <p>ДПК-2-3 3. Знать виды и категории социальных медиа.</p> <p>ДПК-2-3 4. Знать характеристику и возможности мобильного маркетинга.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-2-У1. Уметь осуществить сбор данных и их обработку.</p> | |

| | | | | |
|-------|--|---|--|--|
| | | | <p>ДПК-2-У2. Уметь провести анализ эффективности маркетинга в интернете.</p> <p>ДПК-2-У3. Уметь работать с контентом в социальных сетях.</p> <p>ДПК-2-У4. Уметь определять этапы разработки мобильных приложений.</p> <p>Владеть:</p> <p>ДПК-2-В1. Владеть навыками выявить данные, необходимые для решения поставленных задач.</p> <p>ДПК-2-В2. Владеть инструментами веб аналитики и других методик измерения в интернете.</p> <p>ДПК-2-В3. Владеть навыками создания и продвижения продуктов в цифровой среде через различные каналы.</p> <p>ДПК-2-В4. Владеть навыками представлять результаты проведенного исследования в виде отчета, статьи или доклада.</p> | |
| | | Производственная практика: профессионально-творческая практика | <p>Знать:</p> <p>ДПК-2-З 1. Знать способы исследования и планирования цифровой коммуникации.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-2-У1. Уметь исследовать и планировать цифровую коммуникацию.</p> <p>Владеть:</p> <p>ДПК-2-В1. Владеть навыками исследования и планирования цифровой коммуникации.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать:</p> <p>ДПК-2-З 1. Знать способы исследования и планирования цифровой коммуникации.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-2-У1. Уметь исследовать и планировать цифровую коммуникацию.</p> <p>Владеть:</p> <p>ДПК-2-В1. Владеть навыками исследования и планирования цифровой коммуникации.</p> | |
| ДПК-3 | Способен к управлению цифровой коммуникацией | Реклама и связи с общественностью в цифровой среде | <p>Знать:</p> <p>ДПК-3-З 1. Знать инструменты разработки коммуникационной кампании в цифровой среде.</p> <p>ДПК-3-З 2. Знать основы контент-маркетинга, составления клиентского брифа.</p> <p>ДПК-3-З 3. Знать способы финансирования интернет проектов.</p> <p>ДПК-3-З 4. Знать способы формирования digital стратегии.</p> <p>ДПК-3-З 5. Знать способы формирования востребованного digital-креатива.</p> <p>Уметь:</p> <p>ДПК-3-У1. Уметь различать особенности социальных медиа и других онлайн-каналов коммуникаций.</p> | <p>ДПК-3.1. Знает инструменты и методы управления цифровой коммуникацией.</p> <p>ДПК-3.2. Осуществляет комплексное управление коммуникационной кампанией в цифровой среде с учетом больших данных.</p> |

| | | | | |
|--|--|--|--|--|
| | | | <p>ДПК-3-У2. Уметь составить техническое задание. ДПК-3-У3. Уметь организовать crowd коммуникации. ДПК-3-У4. Уметь определить KPI проекта. ДПК-3-У5. Уметь составить бриф на digital-креатив.</p> <p>Владеть: ДПК-3-В1. Владеть начальными навыками разработки мультимедийных коммуникационных стратегий в цифровой среде. ДПК-3-В2. Владеть навыками продвижения продукта посредством цифровых каналов. ДПК-3-В3. Владеть начальными навыками работы с платформами crowd коммуникаций. ДПК-3-В4. Владеть начальными навыками составления маркетинговой стратегии. ДПК-3-В5. Владеть начальными навыками работы с лидерами мнений.</p> | |
| | | <p>Управление информацией в современном мире</p> | <p>Знать: ДПК-3-З 1. Знать тенденции развития общественных и государственных институтов. ДПК-3-З 2. Знать законодательную основу информационной политики. ДПК-3-З 3. Знать принципы информационной политики в сфере государственного и муниципального управления. ДПК-3-З 4. Знать принципы информационного и коммуникационного менеджмента.</p> <p>Уметь: ДПК-3-У1. Уметь учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения. ДПК-3-У2. Уметь использовать законодательную основу информационной политики в практической деятельности. ДПК-3-У3. Уметь применять принципы информационной политики в сфере государственного и муниципального управления. ДПК-3-У4. Уметь применять принципы информационного и коммуникационного менеджмента.</p> <p>Владеть: ДПК-3-В1. Владеть навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов. ДПК-3-В2. Владеть навыками применения законодательной основы информационной политики. ДПК-3-В3. Владеть навыками разностороннего освещения информационной политики в сфере государственного и муниципального управления. ДПК-3-В4. Владеть навыками создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов.</p> | |

| | | | | |
|------|---|--|---|--|
| | | Основы дата-ориентированных коммуникаций | <p>Знать: ДПК-3-3 1. Знать основные направления использования больших данных для аналитики в области связей с общественностью, маркетинга и рекламы. ДПК-3-3 2. Знать актуальные тренды коммуникационной индустрии и может обосновать выбор будущей профессии. ДПК-3-3 3. Знать источники данных и основной инструментарий для работы с большими данными. ДПК-3-3 4. Знать основные платформы для медиапланирования, визуализации данных.</p> <p>Уметь: ДПК-3-У1. Уметь классифицировать методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных. ДПК-3-У2. Уметь понимать свою ЦА с помощью данных. ДПК-3-У3. Уметь выбирать релевантные методы прикладных исследований в области коммуникаций с использованием анализа данных. ДПК-3-У4. Уметь выстраивать коммуникационную кампанию с учетом дата-ориентированного подхода.</p> <p>Владеть: ДПК-3-В1. Владеть навыками визуализации данных. ДПК-3-В2. Владеть навыками определения ЦА B2B / B2C / B2B2C сегмента. ДПК-3-В3. Владеть навыками подбора релевантного инструментария при работе с большими данными. ДПК-3-В4. Владеть навыками применения некоторых инструментов при работе с большими данными.</p> | |
| | | Производственная практика: профессионально-творческая практика | <p>Знать: ДПК-3-3 1. Знать способы управления цифровой коммуникацией.</p> <p>Уметь: ДПК-3-У1. Уметь управлять цифровой коммуникацией.</p> <p>Владеть: ДПК-3-В1. Владеть навыками управления цифровой коммуникацией.</p> | |
| | | Производственная практика: преддипломная практика | <p>Знать: ДПК-3-3 1. Знать способы управления цифровой коммуникацией.</p> <p>Уметь: ДПК-3-У1. Уметь управлять цифровой коммуникацией.</p> <p>Владеть: ДПК-3-В1. Владеть навыками управления цифровой коммуникацией.</p> | |
| ДК-1 | Способен к самостоятельному поиску перспективной работы, развитию | Вопросы трудоустройства и управление карьерой | <p>Знать: ДК-1–31 Правила и методы поиска работы ДК-1–32 Сферы деятельности человека, структуру профессионального</p> | ДК-1.1 Анализирует и обобщает общие тенденции на рынке |

| | | | | |
|------|---|--------------------------------------|---|---|
| | конкурентоспособных качеств на рынке труда | | самоопределения Уметь: ДК-1-У1 Составлять алгоритм поиска работы ДК-1-У2 Планировать и реализовывать профессиональную карьеру Владеть: ДК-1-В1 Навыками самостоятельной ориентации ДК-1-В2 Навыками составления резюме, карьерного портфолио, поведения на собеседовании | труда и в отдельной отрасли и профессии ДК-1.2 Демонстрирует практические навыки работы с информационными системами и базами данных по вопросам трудоустройства ДК-1.3 Самостоятельно определяет карьерные цели и пути их достижения ДК-1.4 Разрабатывает и оформляет документы для самостоятельного поиска работы (в т.ч. резюме, сопроводительное, карьерное портфолио). ДК-1.5 Применяет технологии личного и профессионального развития |
| ДК-2 | Готовность к саморазвитию и самообучению, развитию лидерских качеств и навыков командной работы, управления проектами и командами сотрудников | Управление организационной культурой | Знать: ДК-2-31 Методики анализа межличностных и групповых коммуникаций ДК-2-32 Основы проведения анализа и проектирования межличностных, групповых и организационных коммуникаций Уметь: ДК-2-У1 Применять методики анализа межличностных и групповых коммуникаций ДК-2-У2 Осуществлять анализ и проектирование межличностных, групповых и организационных коммуникаций Владеть: ДК-2-В1 Методиками анализа организационных коммуникаций ДК-2-В2 Методиками анализа межличностных и групповых коммуникаций | ДК-2.1. Понимает необходимость самообучения и развития лидерских качеств и навыков командной работы в деятельности персонала. УК-2.2. Планирует и реализует проекты по управлению развитием персонала. формированию лидерских качеств и навыков командной работы. |

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств обеспечивается при проведении учебных занятий по учебным дисциплинам «Критический анализ и методы решения проблемных ситуаций», «Современные технологии командообразования в организации», «Антикризисные коммуникации», посредством проведения интерактивных форм занятий: групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализа ситуаций и имитационных моделей, прохождения практик. Указанные выше дисциплины разработаны на основе результатов исследований, проводимых организациями, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей.

Формирование навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств осуществляется также в ходе изучения факультативов, школе студенческого актива, школе вожатых, при проведении интеллектуальных командных игр «Брэйн-ринг», «Что? Где? Когда?», «УниверсуМ», студенческих квестов, спортивных турниров по различным видам спорта, Гонки ГТО, межинститутских игр КВН, тренингов «Мастерская лидерства», фестиваля «Дружба народов», в процессе воспитательной работы с обучающимися.

1.5. Организационно-педагогические условия реализации образовательной программы

Образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью обновляется ежегодно с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий и социальной сферы.

Образовательный процесс по программе магистратуры осуществляется в зданиях и помещениях, находящихся в собственности Университета по адресам: 105005, ул. Радио 22; 111024, ул. Авиамоторная д.55., к.5; ул. Авиамоторная, д. 55, к. 31; 125480, ул. Вилиса Лациса д. 8, к.1.

В АНО ВО «Российский новый университет» создается социокультурная среда и условия, необходимые для всестороннего развития личности, развития студенческого самоуправления, участия обучающихся в работе общественных организаций, спортивных и творческих клубов, научных студенческих обществ.

Каждый обучающийся по образовательной программе 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».

Созданная в Университете электронная информационно-образовательная среда обеспечивает неограниченный доступ к учебным планам, рабочим программам учебных дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик.

Для доступа к учебному плану и результатам освоения дисциплины, формирования Портфолио, используется Личный кабинет студента (он-лайн доступ через сеть «Интернет» <http://lk.rosnou.ru> Доступ к электронной библиотечной системе IPRbooks обеспечивает сервис www.iprbookshop.ru), к электронной библиотечной системе ЮРАЙТ - сервис <https://biblio-online.ru/>.

Доступ к системе проверки курсовых и выпускных квалификационных работ на заимствование «ВКР-ВУЗ.РФ» обеспечивает сервис www.vkr-vuz.ru.

Доступ, в том числе удаленный доступ в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных, используемым в образовательном процессе, а также к справочно-правовым системам «Гарант» и «Консультант Плюс» обеспечивается через локальную сеть и сеть «Интернет».

Доступ к облачному решению Microsoft Office 365 (сервис <https://www.office.com>).

Доступ к программному обеспечению для просмотра и работы с документами Adobe Reader (компьютерный класс).

Доступ к программному обеспечению для нелинейного видеомонтажа Pinnacle Studio 17 (компьютерный класс).

Доступ к программному обеспечению для нелинейного видеомонтажа Adobe Premiere Pro CS (компьютерный класс).

Доступ к многофункциональному графическому редактору Adobe Photoshop CS3 (компьютерный класс).

Доступ к графическому редактору векторной графики CorelDRAW Graphics Suite X3 (компьютерный класс).

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития

профессиональных навыков обучающихся. В рамках учебных курсов предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов в области рекламы, медиа и связей с общественностью.

Образовательная программа включает занятия по следующим дисциплинам, формирующим у обучающихся практические навыки и умения: «Планирование и реализация коммуникационной кампании», «Инструменты цифровых коммуникаций», «Комплексный подход к планированию кампаний в новых медиа».

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

Перечень учебных аудиторий, используемых для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой с указанием оборудования и технических средств обучения по конкретным дисциплинам и практикам приводится в рабочих программах учебных дисциплин (модулей) и практик.

Самостоятельная работа обучающихся в АНО ВО «Российский новый университет» организуется в учебных аудиториях №№ 119; 220/3, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Образовательная программа обеспечивается учебно-методической, научной литературой и учебно-методическими материалами по всем учебным дисциплинам. Содержание каждой учебной дисциплины представлено в сети «Интернет» и локальной сети Университета.

Для 100% обучающихся обеспечена возможность осуществления одновременного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks (ЭБС IPRbooks), содержащей издания по основным изучаемым учебным дисциплинам и сформированной на основании прямых договоров с правообладателями учебной и учебно-методической литературы.

В базе ЭБС IPRbooks содержится более **128 000** изданий, из которых более **40 000** — учебные и научные издания по различным дисциплинам, около **1000** наименований российских и зарубежных журналов, более **2000** аудиоизданий. Контент ЭБС IPR BOOKS представлен изданиями более **600** федеральных, региональных, вузовских издательств, научно-исследовательских институтов, ведущих авторских коллективов, содержание которых соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. Обучающимся доступно около 600 журналов, в том числе более 300 журналов из перечня ВАК. ЭБС IPRbooks систематически обновляется и пополняется новыми современными и востребованными изданиями, при этом постоянно совершенствуются количественные и качественные характеристики библиотеки.

Все учебники и дополнительная литература доступны неограниченному количеству пользователей ЭБС IPRbooks он-лайн 24 часа в сутки.

Обучающиеся по образовательной программе имеют возможность пользоваться печатными изданиями, указанными в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик. На одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику, в библиотеке университета имеется не менее 0,25 экземпляра каждого издания учебной, методической и научной литературы.

Все образовательные ресурсы Университета приспособлены для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, доступ к ним также обеспечивается с помощью специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования.

Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в АНО ВО «Российский новый университет» создана безбарьерная среда, обеспечивающая безопасность и удобство доступа во все здания Университета.

Пути движения к учебным аудиториям, зонам и местам обслуживания внутри зданий спроектированы в соответствии с нормативными требованиями к путям эвакуации людей из здания. Участки пола имеют тактильные предупреждающие указатели и контрастно окрашенную поверхность. В каждом здании университета имеются сменные кресла-коляски.

Во всех зданиях Университета оборудованы учебные кабинеты, объекты для проведения практических занятий, библиотеки, спортивные и тренажерные залы, имеются в наличии средства обучения и воспитания, приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья. В учебных корпусах без лифтов такие кабинеты оборудованы на 1 этаже. Особое внимание уделено обеспечению визуальной, звуковой информацией для сигнализации об опасности и о других важных мероприятиях.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно учебники и учебные пособия, иная учебная литература, а также специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования.

Доступ лиц с ограниченными возможностями здоровья к информационным системам и информационно-телекоммуникационным сетям обеспечивается с помощью специального программного обеспечения, клавиатур для лиц с нарушенной координацией движений, или слабовидящих, портативных информационных индукционных систем «Исток» А2 для слабослышащих.

В помещениях, предназначенных для проведения массовых мероприятий, установлены индукционные петли и звукоусиливающая аппаратура.

При необходимости инвалидам по слуху может быть предоставлен сурдопереводчик, тифлопереводчик с использованием русского жестового языка.

Электронная образовательная среда и официальный сайт Университета адаптированы для лиц с нарушением зрения (слабовидящих).

Реализация образовательной программы обеспечивается штатными педагогическими работниками Университета и лицами, привлекаемыми Университетом к реализации образовательной программы на условиях заключения гражданско-правового договора.

Квалификация всех педагогических работников университета, привлекаемых к реализации образовательной программы, отвечает квалификационным требованиям, указанным в профессиональных стандартах и в разделе "Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования» Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденном Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011 г. № 1н .

100 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы магистратуры на условиях заключения гражданско-правового договора (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

40,8 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы магистратуры на условиях заключения гражданско-правового договора (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.

91,8 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной

программы магистратуры на условиях заключения гражданско-правового договора (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).

1.9. Формы промежуточной и государственной аттестации

Формами аттестации обучающихся по образовательной программе 42.04.01 Реклама и связи с общественностью являются: текущий контроль, промежуточная и государственная итоговая аттестация.

Текущий контроль проводится в форме контрольных работ, письменных и устных опросов, тестирования, написания рефератов, аналитических обзоров, выполнения научных работ, индивидуального собеседования, коллоквиумов, итоговых занятий по разделам учебных дисциплин.

Конкретные виды текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине определяются кафедрой, за которой закреплена данная учебная дисциплина.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов (зачетов с оценкой), экзаменов, курсовой работы, отчетов по практикам.

Государственная итоговая аттестация выпускников образовательной программы «Цифровая коммуникация» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, выполнение и защиту выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

1.10. Финансовое обеспечение реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования соответствующего уровня и стоимостной группы с учетом значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

В соответствии с частью 5 статьи 54 Федерального Закона от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» Университет вправе снизить стоимость платных услуг по договору об образовании на обучение по образовательным программам высшего образования с учетом покрытия недостающей стоимости платных услуг за счет собственных средств.

Основания, порядок и размер снижения стоимости платных образовательных услуг устанавливается ежегодным приказом ректора Университета.

1.11. Система внутренней и внешней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

1.11.1. Внутренняя оценка предусматривает объективность и всесторонность изучения качества образовательной деятельности, освоения учебных дисциплин и уровня подготовки обучающихся в ходе:

- текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием фондов оценочных средств, позволяющих оценить уровень знаний, навыков, умений и опыта деятельности обучающихся. В проведении текущего контроля, промежуточной аттестации, в разработке фондов оценочных средств участвуют представители организаций и работодателей, соответствующих направленности образовательной программы;

- прохождения всех видов учебной и производственной практики (научно-исследовательской, профессионально-творческой, преддипломной), проводимых преимущественно в структурных подразделениях и/или организациях, деятельность которых

соответствует направлению/направленности образовательной программы. Руководителями практик, проводимых в профессиональных организациях, являются представители этих организаций;

- анализа и оценки выполненных обучающимися курсовых работ, тематика которых ежегодно обновляется с учетом развития науки и практики профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники;

- самообследования образовательной программы, проводимого ежегодно в марте-апреле учебного года. Отчет о самообследовании образовательной программы размещается на официальном сайте Университета в разделе Сведения об образовательной организации, подраздел: Документы по адресу <http://data.rosnou.ru/moscow/sveden/document/> ;

- анализа портфолио и результатов внеучебной деятельности обучающихся, отражаемых в личных кабинетах по адресу <http://lk.rosnou.ru>;

- участия обучающихся в ежегодных on-line опросах о качестве организации образовательного процесса, проводимых на официальном сайте Университета в разделе «Студенту» по адресу: <http://rosnou.ru/student> ;

- анализа результатов государственной итоговой аттестации выпускников, отчетов государственных экзаменационных комиссий, более 50% членов которых являются представителями сторонних организаций, деятельность которых соответствует направленности образовательной программы.

1.11.2.. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе осуществляется в рамках:

- процедуры государственной аккредитации, проводимой с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности и качества подготовки обучающихся по образовательной программе требованиям ФГОС ВО 3++ с учетом соответствующей ПООП (при наличии) не реже одного раза в 6 лет;

- 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, требованиям рынка труда к специалистам в области рекламы и связей с общественностью;

- федерального государственного контроля качества образования, в том числе качества подготовки обучающихся и выпускников, проводимого Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки;

- анализа и оценки отзывов о подготовке выпускников Университета, получаемых от работодателей и профессиональных организаций, в которых трудоустроены выпускники;

- анализа результатов участия образовательной программы в национальных и международных рейтингах, проводимых по предметам в области рекламы и связей с общественностью.

2. Учебные планы по всем реализуемым формам обучения по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

2.1. В учебном плане указывается перечень учебных дисциплин, практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности (далее - виды 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 преподавателем (далее - контактная работа обучающихся с преподавателем) по видам учебных занятий и

самостоятельной работы обучающихся в академических часах. Для каждой учебной дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

2.2. Прилагаются:

- учебные планы по очной форме обучения (оригиналы): для обучающихся с полным сроком обучения;
- учебные планы по заочной форме обучения (оригиналы): для обучающихся с полным сроком обучения.

3. Календарные учебные графики по всем реализуемым формам обучения по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

3.1. В календарном учебном графике указываются периоды осуществления видов учебной деятельности и периоды каникул. Указывается последовательность реализации образовательной программы по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные аттестации и государственную итоговую аттестацию. Прилагаются:

- календарные учебные графики по очной форме обучения (оригиналы);
- календарные учебные графики по заочной форме обучения (оригиналы).

4. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей), включенных в учебный план

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) включает в себя:

- наименование и цель освоения дисциплины (модуля);
- указание места дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы;
- перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
- объем дисциплины /(модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся;
- содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий;
- перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);
- фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю);
- перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- перечень комплектов лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при изучении учебной дисциплины;
- перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля);
- особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья;
- перечень учебных аудиторий и оборудования, используемых для проведения учебных занятий по дисциплине (модулю).

По решению кафедры в состав рабочей программы учебной дисциплины (модуля) могут также включаться и иные сведения и (или) материалы.

5. Программы практик, предусмотренных учебным планом

Программа практики включает в себя:

- указание вида практики, способа и формы (форм) ее проведения;
 - перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотносенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы;
 - указание места практики в структуре образовательной программы;
 - указание объема практики в зачетных единицах и ее продолжительности в неделях;
 - содержание практики, включая индивидуальные задания обучающимся;
 - указание форм отчетности по практике;
 - фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике;
 - 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.
- По решению кафедры в состав программы практики могут включаться также иные сведения и (или) материалы.

6. Фонд оценочных средств

6.1. Оценочные средства представляются в виде фонда оценочных средств для текущего контроля, промежуточной аттестации обучающихся и для государственной итоговой аттестации.

Фонды оценочных средств размещаются в рабочих программах учебных дисциплин (модулей), программах практик и программах государственной итоговой аттестации.

Оценочные средства для текущего контроля разрабатываются преподавателями в виде:

- заданий для проведения контрольных работ, при этом количество вариантов контрольных работ определяется кафедрой;
- материалов для проведения письменных и устных опросов;
- тестовых заданий для проведения тестирования знаний обучаемых после освоения отдельных тем (разделов) учебных дисциплин;
- тематики и требований к рефератам по конкретной дисциплине;
- тематики аналитических обзоров;
- заданий и рекомендаций по написанию научных работ;
- вопросов, выносимых для индивидуального собеседования;
- практических заданий, выполняемых обучающимися во время самостоятельной работы, практических занятий и/или лабораторных работ, в том числе в ходе имитационных упражнений, ролевых и деловых игр и др.

Результаты текущего контроля оцениваются преподавателем по четырехбалльной шкале.

В случаях, когда текущий контроль осуществляется с помощью имитационных упражнений, ролевых и деловых игр, предоставления портфолио и др., преподаватель разрабатывает методические рекомендации по их проведению и критерии оценки учебных достижений обучающегося.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине или практике, входящие в состав соответственно рабочей программы учебной дисциплины (модуля) или программы практики, включают в себя:

- перечень компетенций, формируемых в процессе освоения образовательной программы;
- планируемые результаты обучения по дисциплине (знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности);

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

Фонд оценочных средств разрабатывается для проведения экзаменов и зачетов, практик, курсовых работ. Для проведения промежуточной аттестации преподавателями разрабатываются следующие оценочные средства:

- вопросы для зачета (зачета с оценкой) и критерии оценки знаний обучающихся;
- вопросы и билеты для экзамена и критерии оценки знаний обучающихся;
- примерная тематика курсовых работ, методические рекомендации по их написанию и критерии оценки;
- индивидуальные задания на практику, формы отчетов о прохождении практики.

Зачет, зачет с оценкой проводятся согласно расписанию.

До зачета не допускаются обучающиеся, не выполнившие более 50% данных преподавателем заданий.

Оценка «зачтено» может быть выставлена автоматически, если обучающийся не имеет пропусков учебных занятий, выполнил все данные преподавателем задания, продемонстрировал устойчивые знания всего содержания учебного материала и успешно освоил требуемые компетенции. Фамилии обучающихся, получивших оценку «зачтено» автоматически, объявляются в день проведения зачета, до начала промежуточного испытания.

По результатам зачета преподаватель выставляет обучающемуся оценку «зачтено» или «не зачтено», руководствуясь следующими критериями:

| Оценка | Характеристики ответа |
|------------|---|
| Зачтено | -знает систему понятий, категорий учебной дисциплины (модуля); твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с профессиональной деятельностью; - делает выводы и обобщения. |
| Не зачтено | - не знает основных категорий и понятий учебной дисциплины; - не изучил большую часть программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении учебных вопросов; - испытывает трудности в практическом применении знаний; -не умеет делать выводы и обобщения |

Экзамен проводится согласно расписанию экзаменационной сессии.

До экзамена не допускаются обучающиеся, не сдавшие зачет по предыдущей части учебной дисциплины (модуля), если он предусмотрен учебным планом, не защитившие курсовую работу по данной учебной дисциплине (модулю), если она предусмотрена учебным планом, не выполнившие более 50% данных преподавателем заданий.

Для прохождения экзамена обучающиеся размещаются в аудитории, не более 5 человек одновременно, по одному человеку за столом.

Проведение экзамена состоит из двух этапов:

- ответ на билет, состоящий из 2 или более вопросов из перечня, утвержденного на кафедре и включенного в РПУД;
- анализа и оценки решенных задач, выполненных заданий, упражнений.

В ходе ответа преподаватель может задавать дополнительные вопросы, касающиеся основных вопросов.

По результатам зачета с оценкой, экзамена преподаватель выставляет студенту оценку «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно», руководствуясь следующими критериями:

| Оценка | Характеристики ответа обучающегося |
|---------------------|--|
| Отлично | - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, - правильно решены и выполнены все практические задачи и упражнения |
| Хорошо | - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, при ответах не всегда выделялось главное; - правильно решены и выполнены более 75% практических задач и упражнений |
| Удовлетворительно | - даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования; - правильно решены и выполнены не менее половины практических задач и упражнений |
| Неудовлетворительно | не выполнены требования, предъявляемые к знаниям, оцениваемым «удовлетворительно» |

Критерии оценки курсовой работы

1. Актуальность рассматриваемой проблемы.
2. Научное и/или практическое значение работы.
3. Новизна рассматриваемых вопросов.
4. Оригинальность решения вопросов.
5. Полнота раскрытия темы.
6. Логичность и грамотность изложения материала.
7. Характер исследования (5 – творческий, 4 – репродуктивный с элементами творческого, 3 – репродуктивный, 2- компилятивный).
8. Использование научной литературы.
9. Использование дополнительных источников: материалов СМИ, художественной литературы, исторической и философской литературы, социологических исследований и др.
10. Использование профессиональных периодических изданий.
11. Соответствие оформления материала предъявляемым требованиям (техническое оформление, наличие сносок и др.)
12. Для теоретического исследования: анализ различных подходов и взглядов по проблеме, возможность использовать полученный материал в дальнейших исследованиях.
13. Для эмпирического исследования: адекватность подбора методик и проведение исследования, возможность использовать полученные результаты на практике.

Каждый критерий оценивается по четырехбалльной шкале: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Общая оценка выставляется на основании следующих условий:

- «отлично», если по пяти и более критериям работа оценена на «отлично», а по остальным критериям на «хорошо»;
- «хорошо», если по пяти и более критериям работа оценена на «хорошо» и «отлично», а по остальным критериям на «удовлетворительно»;
- «удовлетворительно», если по шести критериям работа оценена не ниже «удовлетворительно», а по двум «неудовлетворительно»;
- «неудовлетворительно», если по трем и более критериям работа оценена «неудовлетворительно».

Критерии оценивания результатов практики студентов расположены в программах практики.

6.2. Оценочные средства для государственной итоговой аттестации, размещенные в программе государственной итоговой аттестации (на выпускном курсе)

Государственная итоговая аттестация выпускников является обязательной и осуществляется после освоения ОП в полном объеме.

Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена, выполнение и защиту выпускной квалификационной работы. Фонды оценочных средств государственной итоговой аттестации размещаются в программе государственной итоговой аттестации.

Государственный экзамен проводится по дисциплинам образовательной программы, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников. Государственный экзамен проводится устно.

Порядок проведения и программа государственного экзамена по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Цифровая коммуникация определяются университетом на основании локальных актов университета, методических рекомендаций и соответствующих примерных основных образовательных программ.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытых заседаниях государственной экзаменационной комиссии, на которых разрешается присутствовать всем желающим.

Результаты государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы определяются оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Решение государственной экзаменационной комиссии о результатах государственного экзамена и защиты выпускной квалификационной работы принимаются членами комиссии на закрытом заседании открытым голосованием простым большинством голосов членов комиссии, участвовавших в заседании. При равном числе голосов голос председателя является решающим.

Результаты государственного экзамена и защиты выпускных квалификационных работ объявляются магистрантам после оформления протоколов заседаний экзаменационной комиссии в день защиты.

В государственную экзаменационную комиссию в рамках государственной итоговой аттестации привлекаются работодатели из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (осуществляющих трудовую деятельность в образовательных

организациях профессионального и дополнительного образования и имеющих стаж работы в соответствующей профессиональной области не менее 3 лет).