

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор
Ж.В. Никонова
«28» августа 2020 г.
Номер внутривузовской регистрации
протокол Учёного совета
№ 1 от 28.08.2020



**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) программы

Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса

Квалификация (степень)

МАГИСТР

Форма обучения

Очная / заочная

Год набора 2020

г. Нижний Новгород
2020 год

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	3
1.2. Нормативные документы	3
1.3. Перечень сокращений, используемый в тексте основной профессиональной образовательной программы	4
Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	4
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	4
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования	5
2.3. Перечень обобщенных трудовых и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы магистратуры	5
2.4. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)	7
Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	8
3.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы	8
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы	8
3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы	8
3.4. Формы обучения	9
3.5. Срок получения образования	9
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	9
4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы	9
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	9
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	11
4.2. Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	13
Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	17
5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы	17
5.2. Типы практик	17
5.3. Календарный учебный график и учебный план	17
5.4. Аннотации программ дисциплин (модулей)	18
5.5. Аннотация программы практик	39
5.6. Характеристика фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	47
5.7. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы	47
Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ	48
Раздел 7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	51
Раздел 8. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	51
Приложение 1. Календарный учебный график	
Приложение 2. Учебный план	
Приложение 3. Распределение компетенций	
Приложение 4. Рабочая программа воспитания	
Приложение 5. Календарный план воспитательной работы	

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) является комплексным методическим документом, разработанным и утвержденным Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее – НГЛУ) на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников.

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, условия и технологии реализации образовательного процесса и включает в себя: учебный план по направлению подготовки, рабочие программы дисциплин (модулей) и практик и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.2. Нормативные документы

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями 2020 года;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528 (далее – ФГОС ВО);

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301;

- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»;

- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 №885/390;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636; приказом Минобрнауки России от 9 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636», и приказом Минобрнауки от 28 апреля 2016 г. № 502 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636».

- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ (утвержден приказом Минобрнауки России от 23 августа 2017 г. № 816);

- Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2018 г. № 1166, с изменениями, утвержденными приказами Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 октября 2019 г. № 1125 и от 31 декабря 2019 г. № 1508;

- Локальные нормативно-правовые акты НГЛУ, касающиеся организации образовательной деятельности;

- Программа стратегического развития Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова на период с 2020 г. по 2025 г. (утверждена на конференции работников НГЛУ 24 декабря 2019 г.).

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте основной профессиональной образовательной программы

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа

ОТФ – обобщенная трудовая функция

ОПК – общепрофессиональные компетенции

ПК – профессиональные компетенции

ПООП – примерная основная образовательная программа

ПС – профессиональный стандарт

УК – универсальные компетенции

ТФ – трудовая функция

ГИА - государственная итоговая аттестация

ВКР – выпускная квалификационная работа

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования

ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение

з.е. – зачетная единица

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

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

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

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

– сфера рекламы и связей с общественностью.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

– авторский;

– организационно-управленческий;

– проектно-аналитический;

– научно-исследовательский.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Таблица 2.1

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973)
2.	06.012	Профессиональный стандарт «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 20 ноября 2014 г. № 915н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 декабря 2014 г., регистрационный № 35273)
3.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия		
4.	11.006	Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г. № 33899)

2.3. Перечень обобщенных трудовых и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы магистратуры

Таблица 2.2.

Код и наименование ПС	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
06.009 Профессиональный стандарт	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области	В/01.6	6

"Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н				СМИ		
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	V/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	V/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	V/04.6	6
06.012 Профессиональный стандарт «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 20 ноября 2014 г. № 915н	D	Управление портфелем продуктов и подразделением управления продуктами	7	Управление исследованиями новых рынков	D/01.7	7
				Управление портфелем продуктов	D/02.7	7
				Развитие процессов и практик управления продуктами и их интеграции с остальными процессами организации	D/03.7	7
				Подбор и прием на работу менеджеров продуктов и управление их деятельностью	D/04.7	7
				Организация продажи и покупки активов, способствующих увеличению успешности портфеля продуктов	D/05.7	
06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н	C	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	C/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.6	6
				Локальные изменения структуры сайта	C/04.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.6	6

				Подготовка отчетности по сайту	C/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.6	6
11.006 Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 538н	В	Организация работы подразделения СМИ	7	Разработка концепции авторских проектов	V/01.7	7
				Планирование и координация деятельности подразделения	V/02.7	7
				Анализ результатов деятельности подразделения	V/03.7	7
				Установление и поддержание контактов с внешней средой	V/04.7	7

2.4. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам):

Таблица 2.3

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	Проектно-аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	Организационно-управленческий	Организация работы и руководство текст рекламы и связей с общественностью и предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

	Научно-исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью	Авторский	Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы: Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы

Магистр

3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы

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

Величина зачетной единицы (1 з. е.), установленная НГЛУ, равна 27 астрономическим часам, или 36 академическим часам.

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

В объем (годовой объем) образовательной программы не включаются факультативные дисциплины (модули).

3.4. Формы обучения

Обучение по программе магистратуры осуществляется в очной и заочной формах.

3.5. Срок получения образования по программе магистратуры (в независимости от применяемых образовательных технологий):

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года;
- в заочной форме обучения – 2 года 6 месяцев;
- при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на полгода по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы ее разрешения с учетом вариативных контекстов. УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации. УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивает их преимущества и риски. УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формулирует собственные суждения и оценки. Предлагает стратегию действий. УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта. УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, грамотно формулирует цель проекта. Определяет исполнителей проекта. УК-2.3. Проектирует решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения, исходя из действующих правовых

		<p>норм и имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>УК-2.4. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время. Оценивает риски и результаты проекта.</p> <p>УК-2.5. Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.</p>
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде.</p> <p>УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей.</p> <p>УК-3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели.</p> <p>УК-3.4. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.</p> <p>УК-3.5. Эффективно взаимодействует с членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды. Соблюдает этические нормы взаимодействия.</p>
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.</p> <p>УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках.</p> <p>УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) на государственный язык.</p>

Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных сообществ взаимодействия.</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных народов, основываясь на знании этапов исторического развития общества (включая основные события, деятельность основных исторических деятелей) и культурных традиций мира (включая мировые религии, философские и этические учения), в зависимости от среды взаимодействия и задач образования.</p> <p>УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p>УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.</p> <p>УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения.</p> <p>УК-6.3. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.</p> <p>УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей деятельности.</p> <p>УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и умений с целью совершенствования своей деятельности.</p>

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.2

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

	создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и

	развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	региональном уровнях ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

4.2. Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.3

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта и пр.)
Тип задач профессиональной деятельности - организационно-управленческий				
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт,	ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой	ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по

индустрии рекламы и связей с общественностью	передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности	проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	общественностью организации или коммуникационного / рекламного / PR-агентства ПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-1.3. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения / предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы ПК-1.4. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью	продвижению и распространению продукции средств массовой информации
Тип задач профессиональной деятельности - проектно-аналитический				
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации	ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	ПК-2.1. Формулирует концепцию научного исследования ПК-2.2. Разрабатывает бизнес-планы проектов ПК-2.3. Осуществляет руководство проектной деятельностью	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению

	(далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности			продукции средств массовой информации
		ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-3.1. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-3.2. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
		ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки	ПК-4.1. Использовать современные методики для оценки качества проектов ПК-4.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации проектов. ПК-4.3. Использовать современные способы и приемы контроля за реализацией проектов и их своевременной корректировки.	06.013 Специалист по информационным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
Тип задач профессиональной деятельности - научно-исследовательский				
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельного	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами	ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью,	ПК-5.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их	06.012 Менеджер продуктов в области информационных технологий

разработанной или адаптированной методологии и методик	массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности	медиакоммуникаций	на практике. ПК-5.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	
Тип задач профессиональной деятельности - авторский				
Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникативный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности	ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-6.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ПК-6.3. Формулирует целевой репутационный образ организации / компании / персоны ПК-6.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	11.006 Редактор средств массовой информации
		ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	ПК-7.1. Использовать современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медiateкста) ПК-7.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации	11.006 Редактор средств массовой информации

			коммуникационного продукта (медиатекста)	
--	--	--	--	--

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части ОПОП относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных (при наличии).

Формирование универсальных компетенций обеспечивают дисциплины (модули) и практики, включенные в обязательную часть программы и (или) в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

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

В соответствии с ФГОС ВО структура программы включает следующие блоки:

Структура программы магистратуры		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 60
	Обязательная часть	39
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	42
Блок 2	Практика	не менее 30
	Обязательная часть	27
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	6
Объем программы		120

5.2. Типы практик

В образовательную программу входит производственная практика.

ОПОП предусмотрено прохождение следующих типов производственной практики: профессионально-творческая практика, научно-исследовательская работа, творческая практика, преддипломная практика.

5.3. Календарный учебный график и учебный план

Календарный учебный график – Приложение 1.

Учебный план – Приложение 2.

5.4. Аннотации программ дисциплин (модулей)

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

В рабочей программе четко сформулированы конечные результаты обучения.

Структура и содержание рабочих программ включают цель освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля), разделы дисциплины, темы лекций и вопросы, виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах), образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля), рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная), материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

История и методология науки

Цель освоения дисциплины

Формирование у магистрантов знаний по истории и методологии европейской науки, которые использовать как в профессиональной, так и в связанной с ней научно-исследовательской деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа социально-гуманитарных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Происхождение и развитие науки в контексте системы Человек – Универсум. Особенности развития науки в условиях традиционного общества и техногенной цивилизации. Структурно-организационные основания научной деятельности. Научные революции и системы научной рациональности в XV-XVIII вв. Динамика смен систем научной рациональности в XIX-XX вв. Временной аспект: проблема соотношения «открытия» и «изобретения» в рекламе и связях с общественностью. Наука, как совокупность знаний человечества. Особенности современного этапа развития связей с общественностью и рекламы в формате культов техногенной цивилизации. Проблема институализации науки в Европе и России в прошлом и настоящем. Значение связей с общественностью и рекламирования научных достижений в развитии науки.

Основы научных исследований в профессиональной сфере

Формирование системы знаний о современных достижениях науки и техники, развитие компетенций, использования этих достижений в профессионально-коммуникативной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа социально-гуманитарных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Наука и научная организация профессиональной деятельности. Научная теория и ее прикладное значение. Научные парадигмы и их социально-коммуникативная сущность. Универсальные научные категории. Последовательность и алгоритмы научного поиска. Социальная ответственность в науке и коммуникативной практике. Методологические основы научного поиска в области связей с общественностью и рекламы. Общенаучные методы и их использование в научных исследованиях в сфере рекламы и связей с общественностью. Принцип системного подхода. Понятие системы. Свойства системы. Комплексность. Функциональность. Динамичность. Эмерджентность и синергетический метод. Методы анализа и синтеза, их использование в научных исследованиях в профессиональной сфере. Дедукция и индукция. Алогичные построения в науке. Абдукция. Аналогия и сравнение, их применение в научном поиске в области профессионально-прикладных исследований. Теория коммуникации как научный субстрат коммуникативной практики. Исследование развития рекламно-коммуникативных практик с позиций структурной герменевтики Дж. Александера, «коммуникативной автономии» Н. Лумана, теорий коммуникативного действия и консенсуса Ю. Хабермаса и когнитивного диссонанса Л. Фестингера. Междисциплинарная специфика научных исследований с области рекламы и связей с общественностью. Общегуманитарные основания рекламно-коммуникативной деятельности. Философские аспекты связей с общественностью и рекламы. Реклама и связи с общественностью в социологическом контексте. Социокультурные с оставляющие рекламы и связей с общественностью. Историко-культурные и культурологические паттерны исследовательской деятельности в сфере коммуникаций. Политические исследования в рекламно-коммуникативной практике. Социологические и маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью. Информационные технологии и программное обеспечение научных исследований в области рекламы и связей с общественностью. Программное обеспечение прикладных исследований с области рекламы и связей с общественностью. Методы экономического анализа в рекламе и связях с общественностью. Моделирование и бизнес-планирование. Проектная деятельность и ее методологическое обеспечение.

Правовое регулирование в сфере бизнеса

Цель освоения дисциплины

Формирование углубленных знаний по вопросам правового регулирования в сфере бизнеса, навыков правильно и быстро ориентироваться в большом массиве нормативных

правовых актов, применять правовые нормы, регулирующие предпринимательскую деятельность.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа социально-гуманитарных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ОПК-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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Правовые основы регулирования деятельности в сфере бизнеса. Право на занятие предпринимательской деятельностью. Правовой статус предпринимателя. Имущественная основа предпринимательской деятельности. Субъекты предпринимательской деятельности и организационно-правовые формы предпринимательства. Несостоятельность (банкротство). Государственное регулирование рыночной экономики и право. Правовое регулирование конкуренции и монополии в предпринимательской деятельности. Правовое регулирование деятельности предпринимателя как товаропроизводителя. Правовые основы аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и статистики. Правовое регулирование инвестиционной деятельности. Правовое регулирование отдельных видов предпринимательской деятельности. Договоры в сфере предпринимательской деятельности. Формы и способы защиты прав предпринимателей.

Деловой иностранный (английский) язык

Цель освоения дисциплины

Совершенствование коммуникативной компетенции на иностранном языке в области делового общения в устной и письменной формах.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа историко-филологических дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

Краткое содержание дисциплины

Деловое общение в рекламе и связях с общественностью: реклама и связи с общественностью в современном мире, формирование имиджа компании, внутрикорпоративный пиар и мотивация персонала, работа с клиентами, работа с партнерами, деловая документация, деловая корреспонденция, деловые переговоры, корпоративная

социальная ответственность, антикризисное управление, PR и паблисити, коммуникация и информационные технологии.

Логико-методологические основы построения профессиональных текстов

Цель освоения дисциплины

Формирование и развитие логических основ и методологии создания профессиональных текстов.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группой историко-филологических дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Понятие и функции текстов в профессиональной коммуникации. Место и роль текста в системе современных медиакоммуникаций. Специфика и основные характеристики профессионального текста. Основные виды и классификация профессиональных текстов. Логическая структура построения профессионального текста. Логические основы создания профессионального текста. Методология создания текстов в профессиональной деятельности.

Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование у магистрантов знаний об исторической эволюции различных морфологических форм социальной коммуникации в формате европейской культуры; изучение характерных примеров соотношения ставящихся задач коммуникационного воздействия, используемых при этом средств, и достигнутых результатов.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группой историко-филологических дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Формы, носители и особенности социальной коммуникации в эпоху Античности. Формы, носители и особенности социальной коммуникации в Средние века. Новое в развитии форм и носителей социальной коммуникации в эпоху Возрождения. Географические открытия и их значение для формирования новой информационно-коммуникационной среды. Интенсивность воздействия и результат развития новых форм и носителей социальной коммуникации в период Реформации. Академии наук, словари, газеты, энциклопедии: их значение в развитии форм социальной коммуникации в период Нового времени. Особенности социальной коммуникации в период Новейшей истории.

Информационное обеспечение проектной деятельности магистра

Цель освоения дисциплины

Формирование системы представлений об использовании современных информационных технологий в различных областях рекламы и связей с общественностью; овладение навыками применения полученных знаний при решении научно-исследовательских задач.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа информационно-технологических дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Краткое содержание дисциплины

Современная оргтехника. Виды и типы компьютерных программ, их использование в сфере рекламы и связей с общественностью. Текстовые редакторы. Электронные энциклопедии, словари, обучающие программы. Графические пакеты. Текстографические редакторы и просмотрщики. Звуковые редакторы. Браузеры. Архиваторы. Компьютерные вирусы и антивирусные пакеты. Офисные пакеты. Windows-приложение MS-Office Pro. Текстовый редактор Word. Компьютерные технологии обработки количественных данных и анализа информации. Электронная таблица Excel. Базы данных. Создание пользовательской картотеки. Перевод материала из графического в текстовый, текстографический и смешанные форматы (с последующим созданием оригинал-макета). Способы набора текста. Глобальная сеть Интернет.

Современные информационно-коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся представлений о теоретических подходах и практических технологиях использования современных информационных технологиях в индустрии рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа информационно-технологических дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Краткое содержание дисциплины

Российская Федерация, как и другие развитые страны по всему миру, входят в новую эпоху, которую можно назвать информационным обществом. Быстрое развитие средств массовой информации, развитие различных средств массовой коммуникации привело к появлению большой информационной сферы. Поэтому информационные потоки получили возможность для развития благодаря непрерывному увеличению количества компьютеров, человеческих ресурсов, привлеченных в сферу рекламной деятельности и технологии коммуникации. В современном обществе огромное значение начинает иметь ценность информации, что делает актуальным изучение процессов коммуникации в целом и технологии рекламы и связей с общественностью.

Развитие информационных ресурсов и глобальных компьютерных сетей, неизбежно ведет к усилению конкуренции между отдельными информационными ресурсами, поэтому в сложившихся условиях особую значимость для владельцев этих ресурсов приобретают технологии и методы их продвижения. Продвижение имеет свою специфику, определяемую свойствами информации как продукта, способов доступа к информации, а также динамикой развития компьютерных сетей. Высокая технологичность сферы информационных технологий обуславливает сложность организации рекламы и PR, поскольку для его эффективного применения требуются специальные знания.

Управление коммуникационными проектами

Цель освоения дисциплины

Изучение проектно-технологических процедур при создании и реализации проектов в области бизнес-коммуникаций. Дисциплина обеспечивает формирование технологических навыков подготовки обучающихся в сфере коммуникаций, стимулирует развитие креативных способностей, умение творчески применять коммуникативные средства и методы и самостоятельно решать аналитические и практические задачи.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ сложных проблем коммуникативного производства в организации; создавать, оформлять и успешно реализовывать проектные задания; прогнозировать возможные последствия этой реализации и просчитывать эффективность осуществления бизнес-проектов.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа общепрофессиональных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Краткое содержание дисциплины

Теоретические основы организации коммуникационных кампаний и мероприятий. Анализ сложных проблем коммуникативного взаимодействия как с бизнес-структурами, так и с органами государственной власти. Алгоритмы и методики создания коммуникативных проектов и их продвижения в бизнес-среде. Мониторинг проектной деятельности.

Управление проектом. Создание самостоятельного проекта и прогнозирование последствий его реализации. Технологические особенности коммуникаций бизнеса, власти и структур гражданского общества в России. Управленческие функции. Этапы планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий. Аналитика коммуникационных кампаний и мероприятий: исследования и оценка эффективности

Разработка и продвижение контента

Цели освоения дисциплины

Формирование представления о теоретических подходах и практических технологиях создания медиатекстов и медиапродуктов, способах их продвижения в медиакоммуникационных каналах.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа общепрофессиональных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Контент как информационный ресурс, смысловые координаты контента. Контент в построении сайта. Понятия «медиатекст» и «медиапродукт» в современной теории медиакоммуникаций. Текстовый, аудиовизуальный, мультимедийный текст как разновидности медиатекста. Технологии создания смысловой и композиционной структур медиатекста. Технологии создания медиатекстов. Креативные технологии разработки медиатекстов. Специфика разработки медиатекстаов для инновационных технологических платформ. Технологии продвижения медийного и мультимедийного контента.

Разработка и реализация коммуникационной стратегии

Цели освоения дисциплины

Обучение ключевым теоретическим знаниям, умениям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности коммуникационной стратегии в области рекламы и связей с общественностью в коммерческой, политической и социокультурной сферах.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Группа общепрофессиональных дисциплин. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

Краткое содержание

Понятия «стратегическая коммуникация» и «стратегическое планирование». Коммуникационная стратегия в деятельности рекламы и публичных рилейшнз. Особенности стратегического планирования в рекламе и связях с общественностью. Стратегические миссии компаний, работающих в различных сферах. Проектные методы при разработке коммуникационной стратегии. PR-кампания как инструмент реализации коммуникативной стратегии. Основные подходы к оценке эффективности коммуникационной стратегии.

Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации

Цель освоения дисциплины

Формирование у магистрантов необходимого уровня знаний и профессионально-практических навыков для решения задач, связанных с пониманием современных принципов организации работы, управления агентством и службой рекламы и связей с общественностью организации. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и навыки, позволяющие выполнять функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

Краткое содержание дисциплины

Организационные формы управления рекламой и связями с общественностью. Функциональные принципы построения отделов по рекламе и связям с общественностью. Сфера информационно-рекламного менеджмента. Стратегия управления и организация деятельности рекламным и PR-агентством/отделом. Управление решениями и работа с персоналом в рекламном и PR-бизнесе. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы агентств и отделов по рекламе и связям с общественностью. Стратегия управления взаимоотношениями «клиент - агентство». Контроль результатов и определение путей повышения эффективности коммуникативной деятельности агентства рекламы и связей с общественностью, и службы рекламы и связей с общественностью организации.

Методы визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью

Цели освоения дисциплины

Сформировать представление о визуальных коммуникациях, их роли в современном информационном пространстве, методах визуализации профессиональных коммуникативных практиках.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

Краткое содержание дисциплины

Визуальные коммуникации: теоретические подходы. Виды визуальных коммуникаций. Визуальный образ как основа визуальных коммуникаций. Семиотика визуального образа. Визуальные коды. Технологии и различные аспекты визуализации. Методы визуализации в рекламе и связях с общественностью.

Лоббирование и технологии GR

Цели освоения дисциплины

Раскрыть методологические основы лоббистской деятельности, определить место лоббирования в политико-экономических процессах современного мира и системе деловых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

Краткое содержание дисциплины

Место и роль лоббирования в современных политических процессах. Объект и предмет лоббирования. Субъекты и функции лоббирования. Группы интересов и группы давления в бизнесе. Виды и формы лоббирования. Средства и методы лоббистской деятельности. информационно-коммуникативных технологий в процессе лоббирования. GR в системе публичных релейшнз. Цели и задачи, методы и технологии связей с органами власти. Роль лоббистской деятельности в системе бизнес-коммуникаций.

Коммуникационный менеджмент

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системного представления о коммуникационном менеджменте как о феномене информационно-коммуникативной деятельности, что позволит выработать профессиональный взгляд на управление коммуникационными процессами и создаст теоретико-методологическую основу для дальнейшего изучения дисциплин информационно-коммуникативного цикла.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

Краткое содержание дисциплины

Сущность и функции коммуникационного менеджмента. Функции коммуникационного менеджмента в системе управления организацией. Должностные обязанности специалиста по коммуникациям. Коммуникационный менеджмент

организации и ее внешней среды. Коммуникационные проблемы внутренней среды организации. Коммуникационная достаточность внутренней среды организации. Коммуникационный менеджмент в работе со средствами массовой информации и Интернет. Технологии коммуникационного менеджмента в многонациональных коллективах. Коммуникационный и культурный менеджмент - принципы взаимодействия.

Медиапланирование в современной рекламной индустрии

Цели освоения дисциплины

Формирование представления о медиапланировании как современном инструменте эффективного управления рекламной кампанией предприятия в условиях развития инновационных каналов коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

Краткое содержание дисциплины

Медиапланирование в системе современной рекламной деятельности. Особенности медиаисследований и медиахарактеристик для различных каналов медиа. Медиапланирование в условиях диверсификация массмедиа. Традиционные каналы массовой коммуникации и их роль в медиапланировании. Новые медиа как каналы дистрибьюции. Форматы интернет-рекламы. Стратегия и тактика медиапланирования на инновационных платформах. Виды и характеристики рекламных онлайн-площадок.. SMM (Social Media Marketing). Мобильный маркетинг и геоконтекстная реклама. E-mail маркетинг. Прайс-агрегаторы. CPA-маркетинг.

Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе

Цель освоения дисциплины

Формирование системы знаний об основных концепциях, категориях и понятиях планирования и бизнес-проектирования, формирование компетенций эффективного применения полученных знаний и навыков в коммуникативно-управленческой деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

Краткое содержание дисциплины

Определение стратегического планирования в бизнесе. Принятие стратегических решений. Модели корпоративного планирования. Типы стратегий. Организационные задачи. Целеполагание. Понятие иерархии. Управленческие теории. Эмпирические свидетельства об организационных задачах. Методика стратегического анализа. Аналитические модели. Горизонтальная стратегия. Стратегический анализ издержек и цепочка ценностей. Пять общих стратегий конкуренции. Стратегия вертикальной интеграции и конкурентное преимущество. Анализ внешнего окружения. Прогнозирование внешнего окружения. Структурный анализ промышленности. Возможности и угрозы. «Внутренняя» оценка. Анализ ресурсов. Продажи и маркетинг. Оценка ресурсов. Пути и методы стратегического развития. Стратегические варианты. Методы стратегического развития. Корпоративные изменения. Выбор стратегии. Внутренний и внешний анализ компаний. Цепочки ценности и преимущества перед конкурентами. Принятие решений. Альтернативы процесса стратегического менеджмента. Принятие решений в организации. Функциональный менеджмент. Разработка управленческих решений. Структурированный подход к принятию решений. Техники и средства принятия решений. Этапы процесса планирования. Проблемы и ограничения в планировании. Техники планирования и распределения работ. Планирование и распределение ресурсов. Контур управленческого контроля. Коммуникации в организации. Планирование и управление предприятием. Этапы процесса планирования. Проблемы и ограничения в планировании. Техники планирования и распределения работ. Планирование и распределение ресурсов. Контур управленческого контроля. Обеспечение измерения и мониторинга результатов исполнения. Теории мотивации и проектирования работы. Природа человеческого поведения (организационное поведение). Поведение с точки зрения потребностей. Мотивация: альтернативные модели. Проектирование работы. Вознаграждение и удовлетворение от работы. Бизнес-планирование. Внешнее и внутреннее окружение бизнеса. Процесс планирования. Виды бизнес-планов. Внешнее окружение бизнеса. Внутреннее окружение бизнеса. Материальные ресурсы. Финансовое положение. Определение целей бизнес-проекта. Определение предназначения и целей проекта в менеджменте. Выявление задач и границ проекта.

Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Получение студентами знаний о специфике и структуре социологических исследований, методах сбора и анализа эмпирических данных, необходимых для принятия эффективных решений в сфере рекламы и связей с общественностью, а также формирование практических навыков проведения социологических исследований как способа получения информации, используемой в процессе организации и проведении PR- и рекламных кампаний.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Понятие и виды социологического исследования, его место и роль в организации и проведении PR- и рекламных кампаний. Программа социологического исследования. Измерение в социологическом исследовании. Шкалы и индексы. Основные понятия

выборочного метода. Способы формирования выборочной совокупности. Методика, техника и процедура в социологическом исследовании. Количественные и качественные методы в социологическом исследовании. Анализ документов. Метод наблюдения. Метод опроса и границы его применения в социологии. Анкетный опрос. Метод интервью. Социометрия. Социальный эксперимент. Метод фокус-группы. Метод исследования случая (case study). Биографический метод. Контент-анализ. Обработка, анализ, обобщение и представление результатов социологического исследования.

Бренд-менеджмент

Цель освоения дисциплины

Закрепление у магистрантов системы знаний, умений, владений, связанных с проблемой создания и управления брендом в организациях.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Бренд-менеджмент как связующее звено между различными функциями управления компании. Позиционирование и создание бренда. Визуальное и вербальное представление идентичности бренда. Система долгосрочного управления брендами и их развитие.

Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса

Цель освоения дисциплины

Формирование у магистрантов компетенций в сфере использования интегрированных коммуникаций в бизнесе, а также для постоянной концептуализации полученных знаний, проведения дальнейших самостоятельных теоретических исследований данной сферы, практической деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Интегрированные коммуникации как предмет изучения. Корпорация и коммуникации в XXI веке. Конвергенция коммуникации. Интернет как основа интеграции и конвергенции бизнес-коммуникации. Интегрированный процесс бизнес-коммуникации в интернете. Типология интегрированной бизнес-коммуникации в интернете. Институциональные

интегрированные коммуникации связей с общественностью и рекламы для бизнеса. Аудитория интегрированных бизнес-коммуникаций. Интегрированные коммуникации: новейшие реалии. Интегрированные коммуникации в российском бизнесе. Этическое и правовое регулирование интегрированных бизнес-коммуникаций. Коммуникативная компетентность в сфере интегрированных бизнес-коммуникаций.

Менеджмент в инновационной сфере

Цель освоения дисциплины

Освоение основных концепций инновационного менеджмента и приобретение умений и практических навыков планирования, организации и оценки эффективности инноваций, а также мотивации работников к развитию инновационной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Причины появления и сущность инновационного менеджмента. Инновационный процесс и инновационная деятельность, классификация инноваций. Инновационные стратегии. Организационные формы инновационной деятельности. Управление осуществлением инновационного процесса. Инновационное предпринимательство и риски.

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности, что предполагает изучение теоретических основ и формирование практических навыков делового общения как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере бизнеса.

Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента комплекса знаний и представлений о маркетинговом анализе в сфере связей общественности и рекламы, а также развитие систему умений и навыков проведения маркетинговых исследований, анализа и практического использования их результатов в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Маркетинговое исследование: понятие, предмет, метод; универсальные требования и субъекты проведения. Виды и область приложения маркетинговых исследований. Планирование и организация маркетингового исследования. Информационные основы маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Вторичные данные в системе маркетинговой информации. Первичные носители информации в маркетинговом исследовании. Наблюдение как метод сбора первичных данных. Эксперимент и экспертные оценки в маркетинговом исследовании. Опрос как метод маркетингового исследования. Выборка в маркетинговом исследовании. Панельный метод. Практика использования фокус-групп в маркетинговых исследованиях. Моделирование в маркетинге. Ситуационный маркетинговый анализ: принципы и методы. Стратегический анализ и стратегическая ситуация рынка. Понятие стратегического анализа рынка. Прогнозирование в маркетинговом анализе. Перспективный анализ динамики и устойчивости рынка. Исследования реакций рынка на ситуационные рыночные изменения. Изучение конкуренции и конкурентной борьбы. Бенчмаркетинг. Потребительское поведение: анализ и воздействие. Потребительское поведение (продолжение). Исследование потребительских мотивов. Маркетинговые исследования в области цен и ценообразования.

Методы прогнозирования в инструментарии интегрированных маркетинговых коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Формирование у магистрантов теоретических знаний и практических навыков по методологии прогнозирования в интегрированных маркетинговых коммуникациях; изучение методик, инструментов и механизмов прогностической деятельности в коммуникационных кампаниях.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Сфера применения методов прогнозирования в исследованиях интегрированных маркетинговых коммуникаций. Классификация методов прогнозирования. Место метода

прогнозирования в анализе тенденций развития фирмы в условиях постоянного изменения факторов внешней и внутренней среды. Прогнозирование рынков, их динамики, структуры, конъюнктуры, возможностей рынка воспроизводить предложение и спрос. Прогнозирование развития медиарынка. Прогнозная деятельность для поиска рациональных маркетинговых мероприятий по поддержке устойчивости экономического поведения предприятия. Методы прогнозирования в управлении коммуникационной кампанией.

Российская экономика в структуре международного бизнеса

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся представлений об особенностях и роли российской экономики в контексте международных бизнес процессов и тенденциях ее развития.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

Краткое содержание дисциплины

Россия в мировой экономике – современное состояние: место и роль. Характеристика проблем, стоящих перед российским предпринимательством. Экономика Российской Федерации: трудности, потребности и возможности использования преимуществ международного бизнеса в интересах ускорения экономического развития. Мотивы активизации интеграции бизнес-структур России в международной предпринимательской деятельности. Российские бизнес-структуры: подходы к выбору зарубежных партнеров. Бизнес-структуры России в системе международного бизнеса. Оптимизация вовлечения российских национальных активов в международные бизнес-операции – перспектива развития народного хозяйства России. Роль международного бизнеса в ускорении перехода российской экономики к условиям цивилизованного рынка.

Международный бизнес и предпринимательская культура

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся представлений об особенностях международного бизнеса в различных регионах планеты, а также о понятии и сущности предпринимательства и предпринимательской культуры.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

Краткое содержание дисциплины

Понятийно-терминологический аппарат, характеризующий организацию и функционирование организации международного бизнеса; эволюцию теоретических конструкций ведущих экономических школ по развитию международной торговли; количественные параметры, с помощью которых оцениваются состояние и динамика

организации международного бизнеса и основ международной торговли; основные разновидности политики в области международной торговли; инструменты внешнеторгового регулирования; систему показателей изучения конъюнктуры рынка.

Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Освоение коммуникативной специфики цифровой среды, выработка практических умений и навыков профессиональной коммуникации рекламы и связей с общественностью в цифровой среде.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Цифровая среда как инновационная технологическая основа коммуникативной деятельности. Медиаисследования цифровой среды. Инструменты и механизмы коммуникации в цифровой среде. Роль цифровой среды в рекламных и PR-коммуникациях. Специфика онлайн-коммуникации. Тенденции развития цифровой рекламы. Механизмы публичных рилейшнз в онлайн-коммуникациях. Социальные сети как платформа профессиональных деловых коммуникаций.

Современная медиакультура в мире глобальных бизнес-коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Представление теоретических знаний в области современных тенденций развития медиакультурных процессов, воспитание критического мышления в понимании сложных и противоречивых информационно-коммуникационных процессов, протекающих в условиях глобализации бизнес-среды.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Медиакультура в коммуникативном пространстве: теоретико-методологические аспекты. Глобализация и ее роль в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия в экономической сфере. Традиционные и инновационные каналы массовой коммуникации в глобальном мире. Инновационные информационно-коммуникационные технологии в сфере бизнес-коммуникаций. Медиареальность как техногенная символическая реальность. Конвергентные формы в современных информационных бизнес-коммуникациях. Демассификация аудитории в условиях развития «нишевых» каналов вещания.

Правовое регулирование рекламного рынка

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся научных представлений о рекламном рынке как объекте правового регулирования, умений и навыков позволяющих им стать полноценными участниками рекламного рынка.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Рекламный рынок как объект правового регулирования. Реклама как объект рекламных правоотношений. Особенности предпринимательской деятельности на рекламном рынке. Субъекты предпринимательской деятельности на рекламном рынке. Субъекты рекламного рынка: общие черты. Правовой статус субъектов рекламной предпринимательской деятельности. Договоры, заключаемые на рекламном рынке: особенности и система. Отдельные виды договоров, заключаемых на рекламном рынке. Понятие государственного регулирования рекламного рынка. Средства государственного регулирования рекламного рынка.

Основы предпринимательской культуры

Цель освоения дисциплины

Изучение теоретических основ и формирование практических навыков делового общения как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Конкурентоспособность предприятий в сфере рекламы и связей с общественностью. Организационная культура. Психологическая культура предпринимательства. Сервисная установка менеджера в сфере рекламы и связей с общественностью. Эстетическая культура сервиса. Проблемы этики в сфере рекламы и PR-деятельности. Корпоративная культура предприятий. Культура деловых взаимоотношений. Роль и место репутационного менеджмента в формировании и продвижении позитивного корпоративного и продуктового

имиджа предприятий и организаций. Культура рекламной деятельности в различных отраслях материального и духовного производства.

Факультативы

Стилистика и редактирование научных текстов

Цель освоения дисциплины

Создание системы знаний, навыков и умений в области стилистических особенностей и признаков научной речи, а также способов и приемов написания и редактирования научных и профессионально ориентированных текстов.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медiateкстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Стилистика научной и профессиональной речи: языковые, речевые, жанровые характеристики. Смысловая структура научного текста. Текстовые категории как единицы анализа научного и профессионального текста. Принципы формирования индивидуального научного стиля речи. Научная работа: этапы, принципы, методология исследования, его оформление и редактирование.

Современная американская реклама (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Изучение роли рекламы как экономической силы и формы культурной репрезентации, а также социальные последствия роли консюмеризма в современном американском социуме.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

История рекламы в США, изменяющиеся стратегии, используемые специалистами по рекламе с XIX по XXI вв. Рассмотрение более широкого контекста консюмеризма, в котором реклама является ключевым фактором. Культурологический подход к рекламе и ее истории как средству понимания рекламы с позиции центрального компонента в капиталистических экономиках и ее роли как индикатора культурных установок и идеологий.

Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся целостного представления о закономерностях функционирования рекламных технологий в коммерческой деятельности; углубить знания об особенностях рекламы, механизмах и закономерностях их функционирования и развития в сфере бизнеса и fashion-индустрии, а также умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью; формирование комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки творческой концепции рекламного продукта в бизнесе, содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения; формирование у обучающихся способности оценивать художественную ценность и социально-психологическое воздействие рекламы, ее коммуникативную эффективность.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

Краткое содержание дисциплины

Рекламные технологии как часть коммуникационной деятельности, ее роль для создания образа фирмы, товара, достижения осведомленности о них покупателей. Структура рекламного обращения в бизнесе. Содержание обращения для разных целевых аудиторий. Выбор формы и структуры обращения в коммерческой сфере. Комбинации различных приемов рекламы для создания наиболее удобного и информативного сообщения. Место и роль рекламы в гражданском обществе и рыночной экономике. Социальные, экономические и психологические особенности рекламного проектирования в бизнесе. Творческая концепция и новаторство в рекламных технологиях fashion-индустрии. Зависимость языка рекламы от целевой аудитории. Рекламное сообщение, его структура. Подходы к созданию и использованию рекламных персонажей, обеспечивающих эмоциональное, суггестивное, коннотативное воздействие на потребителя. Корпоративные названия, основанные на персонификации. Рекламные образы, основанные на традиционных символах.

Второй иностранный язык

Второй иностранный язык (немецкий)

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Второй иностранный язык (французский)

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Второй иностранный язык (испанский)

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Третий иностранный язык

Польский язык

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Сербский язык

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Венгерский язык

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Арабский язык

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие универсальной компетенции, необходимой для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

Турецкий язык

Цель освоения дисциплины

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

5.5. Аннотация программы практик

Полнотекстовые программы практик, включая оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представлены в документации выпускающей кафедры.

5.5.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»; Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ; Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301; Трудовым кодексом Российской Федерации, федеральным государственным

образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) магистр), утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, профессиональным стандартом "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973), профессиональным стандартом "Специалист по информационным ресурсам", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230), профессиональным стандартом "Корреспондент средств массовой информации", утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 21.05.2014 № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 05.06.2014 № 32589), профессиональным стандартом «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 20 ноября 2014 г. № 915н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 18 декабря 2014 г., регистрационный № 35273), Положением о порядке проведения практики обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (ФГБОУ ВО «НГЛУ»), утвержденного приказом ректора НГЛУ от 16.02.2018 г. № 33-ОС/Д, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 № 885/390, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки магистров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующим ФГОС ВО.

Программа практики по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью определяет объем и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом НГЛУ и утверждается первым проректором.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

В образовательную программу входит производственная практика.

ОПОП предусмотрено прохождение следующих типов производственной практики: профессионально-творческая практика, научно-исследовательская работа, творческая практика, преддипломная практика.

5.5.2. Производственная практика (научно-исследовательская работа)

Цель практики

Формирование целостного представления о теории и методике научного исследования; изучение специфики и особенностей организации научно-исследовательской деятельности; выработка профессиональных компетенций, необходимых для проведения как самостоятельной научно-исследовательской работы, результатом которой является написание и успешная защита магистерской диссертации, так и научно-исследовательской работы в составе научного коллектива.

Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика (научно-исследовательская работа) проводится в 1, 2, 3 и 4 семестрах (12 з.е., по 3 зачетные единицы в каждом) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

Планируемые результаты практики:

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

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

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

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

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

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Содержание и порядок прохождения практики

Самостоятельная работа магистрантов, включающая освоение теоретического материала по методологии исследований и выполнение проекта по написанию выпускной квалификационной работы; составление обзоров исследований в области социальной коммуникации, теории рекламы и связей с общественностью; структурирование научной/учебной литературы, умение оформлять и представлять исследование; реферирование литературы, рецензирование научных публикаций; выполнение научно-исследовательских видов деятельности в рамках научной работы, осуществляемой на кафедре; участие в организации и проведении научных, научно-практических конференций, круглых столов, дискуссий, диспутов, организуемых кафедрой и университетом по проблематике социогуманитарных и коммуникативных дисциплин; представление итогов проделанной работы в виде научных статей, оформленных в соответствии с установленными требованиями, с привлечением современных средств редактирования и печати.

В ходе научно-исследовательской работы используются следующие научно-исследовательские технологии: составление плана исследовательской работы, написание аналитических записок, научных статей, подготовка выпускной квалификационной работы.

5.5.3. Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Цель практики

Формирование и закрепление у магистрантов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, в таких областях профессиональной деятельности, как образование и наука, связь, информационные и коммуникационные технологии, реклама и связи с общественностью.

Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика (профессионально-творческая практика) проводится на 1 курсе (6 зачетных единиц) и на 2 курсе (6 зачетных единиц) и входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

Планируемые результаты практики:

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

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

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

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы;

		- общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации. Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

5.5.4. Производственная практика (преддипломная практика)

Цель практики

Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

Место производственной (преддипломной) практики в структуре ОПОП

Производственная практика (преддипломная практика) (3 зачетные единицы) проводится в 4 семестре очной формы обучения и в 5 семестре заочной формы обучения. Входит в обязательную часть Блока 2 «Практика».

Планируемые результаты практики:

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

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

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

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

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

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

ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

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

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

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

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

ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2. Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью

ПК-3. Способен определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-4. Способен оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки

ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью, медиакоммуникаций

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР; - встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Составление библиографического списка литературы; - уточнение методологического аппарата исследования; - уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения; - коррекция общего текста ВКР; - подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите; - встреча с рецензентом по ВКР. - подготовка ответов на замечания по ВКР. - сдача текста ВКР в ГЭК.

5.5.5. Производственная практика (творческая практика)

Цель практики

Овладение профессиональными ключевыми компетенциями, полученными в ходе учебной деятельности студента по профессиональным дисциплинам, овладение методами разработки коммуникационных продуктов в условиях профессиональной среды.

В рамках производственной практики (творческой практики) магистранты должны участвовать в разработке концепций, идей, модулей коммуникационных продуктов.

Содержание творческой практики зависит от темы выпускной квалификационной работы (ВКР) и места ее прохождения. Параметры творческой практики курируются, направляются и проверяются руководителем ВКР.

Место практики в структуре ОПОП

Производственная практика (творческая практика) проводится на 1 курсе (3 зачетные единицы) и входит в часть Блока 2 «Практика», формируемую участниками образовательных отношений.

Планируемые результаты практики

ПК-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Содержание и порядок прохождения практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Обсуждение с руководителем задач практики. Уточнение характера разрабатываемого коммуникационного продукта. Составление графика выполнения коммуникационного (медиапродукта).
2.	Основной этап	Анализ актуальных тенденций развития медиаотрасли, к которой принадлежит предприятие (место практики). Разработка концепции коммуникационного продукта. Определение методов создания коммуникационного продукта.

		Определение информационных технологий, необходимых в процессе создания коммуникационного продукта. Выбор техник и средств реализации авторской концепции коммуникационного продукта.
3.	Заключительный этап	Оценка качества и эффективности коммуникационного продукта, созданного практикантом. Заполнение дневника практики и оформление отчета по творческой практике

5.6. Характеристика фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства формируются в соответствии с основной профессиональной образовательной программой и планируемыми результатами ее освоения. К планируемым результатам освоения ОПОП в обязательном порядке относятся следующие компетенции: универсальные и общепрофессиональные компетенции, а также профессиональные компетенции, соотнесенные с типами задач профессиональной деятельности.

При формировании фонда оценочных средств для каждой компетенции принимаются во внимание индикаторы ее достижения. Допускается полное и частичное формирование компетенций отдельными дисциплинами (модулями) и практиками или комплексно всей программой.

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается Ученым Советом НГЛУ.

Студенты НГЛУ при промежуточной аттестации имеют не более 10 форм контроля в семестр. В указанное число не входят зачеты по факультативным дисциплинам и практикам.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом Ученым Советом НГЛУ.

В рамках выполнения требований ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям ОПОП университет создал и утвердил фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды оценочных средств включают в себя материалы для текущих и промежуточных аттестаций, которые могут проводиться как в устной, так и в письменной форме, в том числе с применением интерактивных и онлайн технологий.

5.7. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы

1. В соответствии с Законом Российской Федерации «Об образовании» освоение образовательных программ высшего образования в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» завершается обязательной государственной итоговой аттестацией выпускников, обучающихся по всем формам получения высшего образования и успешно освоивших основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

2. Основными формами государственной итоговой аттестации являются подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

3. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускается студент, успешно и в полном объеме завершивший освоение ОПОП, разработанной вузом в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

4. Конкретный перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний и их содержание определяется выпускающей кафедрой с учетом требований ФГОС ВО.

5. Программы итоговых экзаменов (по отдельным дисциплинам, итоговый междисциплинарный экзамен и т.п.) и методические рекомендации по подготовке и защите

выпускных квалификационных работ критерии их оценки утверждаются методическим объединением кафедр.

6. К участию в работе государственной экзаменационной комиссии привлекаются работодатели, высококвалифицированные специалисты.

7. Итоговые аттестационные испытания, входящие в перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний, не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студента.

8. Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи выпускнику документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Минобрнауки России.

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

6.1. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры.

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

6.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

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

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

В случае реализации программы магистратуры с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Университета дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры;

- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

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

6.1.3. При реализации программы магистратуры в сетевой форме требования к реализации программы магистратуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы магистратуры в сетевой форме.

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

6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры.

6.2.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

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

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

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

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

6.3. Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры.

6.3.1. Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях.

6.3.2. Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и профессиональных стандартах.

6.3.3. Не менее 75 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.3.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества

замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.3.5. Не менее 60 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университетом на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень и (или) ученое звание.

6.3.6. Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником Университета, имеющим ученую степень, осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

6.4. Требования к финансовым условиям реализации программы магистратуры.

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

6.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры.

6.5.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе.

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

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

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

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

Раздел 7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается адаптированная образовательная программа (при наличии личного заявления обучающегося), создаются специальные условия обучения с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, для обучающихся-инвалидов программа адаптируется в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Раздел 8. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Руководитель программы кандидат философских наук доцент Ротанова М.Б.

Профессорско-преподавательский состав выпускающей кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма под руководством и.о. заведующего кафедрой доктора филологических наук доцента Архангельской И.Б.

Профессорско-преподавательский состав кафедр, обеспечивающих преподавание дисциплин ОПОП по данному направлению.

Работодатели, принимающие участие в реализации ОПОП (чтение дисциплин части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений, руководство производственной практикой, участие в работе Государственной экзаменационной комиссии):

Гапеенкова М.Ю., заместитель директора по коммуникациям; учредитель ООО "Социо-Пеленг", агентство IT и интернет-контента;

Ротанова М.Б., руководитель отдела рекламы и связей с общественностью ООО "Апостиль", агентство туризма и перевода;

Семенов Е.Е., руководитель филиала Фонда развития гражданского общества (ФoPГO) в Нижнем Новгороде.

Согласовано с председателем Студенческого совета по качеству в НГЛУ:



К.А. Малькова

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 1 от 28.08.2020

42.04.01

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ж.В. Никонова

« 28 » августа 2020 г.



42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса

Высшая школа социальных наук

Квалификация: <i>Магистр</i>
Программа подготовки: <i>академическая магистратура</i>
Форма обучения: <i>Очная</i>
Срок получения образования: <i>2 года</i>

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020
Учебный год 2020-2021
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

	Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	+	<i>авторский</i>
+	+	<i>организационно-управленческий</i>
+	+	<i>проектно-аналитический</i>
+	+	<i>научно-исследовательский</i>

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

И.Ю. Зиновьева

и.о. декана

Е.Е. Семенов

и.о. зав. кафедрой

И.Б. Архангельская

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
по программе магистратуры

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 1 от 28.08.2020

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса

Институт дистанционного обучения

Квалификация: Магистр
Программа подготовки: академическая магистратура
Форма обучения: Заочная
Срок получения образования: 2 года 6 месяцев

	Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+		
+	+	авторский
+	+	организационно-управленческий
+	+	проектно-аналитический
+	+	научно-исследовательский

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020
Учебный год 2020-2021
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

Директор
Института дистанционного
обучения



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ж.В. Никонова
2020 г.

И.Ю. Зиновьева

Р.А. Иванова

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01 PCO (PCO в СБ) Очно 2020 г.н..plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-6; ПК-7
Б1.О.01	Группа социально-гуманитарных дисциплин	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ПК-1; ПК-6; ПК-7
Б1.О.01.01	История и методология науки	УК-1; УК-5; ОПК-3; ПК-6
Б1.О.01.02	Основы научных исследований в профессиональной сфере	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-3; ПК-6; ПК-7
Б1.О.01.03	Правовое регулирование в сфере бизнеса	ОПК-2; ОПК-5; ПК-1; ПК-7
Б1.О.02	Группа историко-филологических дисциплин	УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
Б1.О.02.01	Деловой иностранный (английский) язык	УК-4; ОПК-1
Б1.О.02.02	Логико-методологические основы построения профессиональных текстов	УК-4; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
Б1.О.02.03	Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации	УК-5; УК-6; ОПК-3; ПК-6
Б1.О.03	Группа информационно-технологических дисциплин	ОПК-6; ОПК-7; ПК-1
Б1.О.03.01	Информационное обеспечение проектной деятельности магистра	ОПК-6; ПК-1
Б1.О.03.02	Современные информационно-коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-6; ОПК-7; ПК-1
Б1.О.04	Группа общепрофессиональных дисциплин	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-6
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	УК-2; ОПК-1; ПК-1
Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4; ПК-6
Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	УК-3; ОПК-4; ПК-3
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б1.В.01	Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации	УК-3; ПК-1; ПК-2
Б1.В.02	Методы визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью	УК-2; ПК-4
Б1.В.03	Лоббирование и технологии GR	УК-2; ПК-4
Б1.В.04	Коммуникационный менеджмент	УК-2; УК-4; ПК-1
Б1.В.05	Медиапланирование в современной рекламной индустрии	УК-2; ПК-4
Б1.В.06	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.В.07	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-5
Б1.В.08	Бренд-менеджмент	УК-2; ПК-4; ПК-6
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ПК-1; ПК-3; ПК-6

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01 PCO (PCO в СБ) Очно 2020 г.н..plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.01.01	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	ПК-1; ПК-3; ПК-6
Б1.В.ДВ.01.02	Менеджмент в инновационной сфере	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
Б1.В.ДВ.02.01	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
Б1.В.ДВ.02.02	Методы прогнозирования в инструментариинтегрированных маркетинговых коммуникаций	УК-1; ПК-1; ПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	УК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.03.01	Российская экономика в структуре международного бизнеса	УК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.03.02	Международный бизнес и предпринимательская культура	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	ПК-7
Б1.В.ДВ.04.01	Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью	ПК-7
Б1.В.ДВ.04.02	Современная медиакультура в мире глобальных бизнес-коммуникаций	ПК-7
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.05.01	Правовое регулирование рекламного рынка	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.05.02	Основы предпринимательской культуры	УК-3; УК-5; ПК-1; ПК-4; ПК-7
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б2.О.01(Н)	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	УК-1; УК-2; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б2.О.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-6; ПК-7
Б2.О.03(Пд)	Производственная практика (преддипломная практика)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ПК-6; ПК-7
Б2.В.01(П)	Производственная практика (творческая практика)	ПК-6; ПК-7
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б3.01	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б3.02(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
Б3.03(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7
ФТД	Факультативы	УК-4; УК-5; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-4; ПК-6; ПК-7
ФТД.01	Стилистика и редактирование научных текстов	ПК-6; ПК-7

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01 PCO (PCO в СБ) Очно 2020 г.н..plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
ФТД.02	Современная американская реклама (на английском языке)	УК-4; ОПК-2; ОПК-3
ФТД.03	Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке)	УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК-4; ПК-6
ФТД.ДВ.01	Второй иностранный язык	УК-5
ФТД.ДВ.01.01	Второй иностранный язык (немецкий)	УК-5
ФТД.ДВ.01.02	Второй иностранный язык (французский)	УК-5
ФТД.ДВ.01.03	Второй иностранный язык (испанский)	УК-5
ФТД.ДВ.02	Третий иностранный язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.01	Польский язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.02	Сербский язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.03	Венгерский язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.04	Арабский язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.05	Турецкий язык	УК-5

Рабочая программа воспитания

Цель воспитательной работы: создание условий для реализации интеллектуального и творческого потенциала обучающихся, вовлечения молодежи в социальные практики и в развитие волонтерского движения, формирование у молодежи чувств гражданственности и патриотизма, бережного отношения к культурному наследию и традициям страны.

Задачи	Ключевые проекты (мероприятия)	Исполнители проекта	Целевые индикаторы	Ед. измерения	Плановое значение на 1 год обучения	Плановое значение на 2 год обучения	Плановое значение на 3 год обучения	Плановое значение на 4 год обучения	Плановое значение на 5 год обучения
1. Развитие волонтерского движения	<p>1.1. Реализация линейки проектов волонтерского центра НГЛУ «IvoLUNNteer» (социальное, спортивное, событийное, лингвистическое волонтерство)</p> <p>1.2. Участие волонтеров НГЛУ в реализации федерального проекта «Мы вместе»</p> <p>1.3. Участие волонтеров НГЛУ в мероприятиях проекта «Абилимпикс»</p> <p>1.4. Проект по адаптации</p>	<p>УВР, Заместители и деканы по воспитательной работе</p> <p>Органы студенческого самоуправления, волонтерский центр НГЛУ</p>	1.1.1. Доля обучающихся, вовлеченных в проекты волонтерского центра университета	%	20	25	30	35	40

	иностранн студенто в вузе.								
2. Совершенство системы студенческого самоуправлени я	2.1. Организация и проведение системы тренингов, интенсивов, семинаров и мастер-классов для студенческого актива 2.2. Участие в региональных, межрегиональн ых и всероссийских мероприятиях и конкурсах для органов студенческого самоуправлени я	УВР, Заместител и деканов по воспитател ьной работе Органы студенческ ого самоуправл ения	2.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в тренингах, интенсивах, семинарах и мастер-классах для студенческого актива	%	10	15	20	20	20
			2.1.2. Доля обучающихся, задействованных в деятельности Студенческого совета НГЛУ	%	10	15	15	15	15
3. Развитие студенческого спорта	3.1. Участие обучающихся НГЛУ в физкультурно- оздоровительн ых и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских,	Кафедра физическо й культуры и спорта, УВР, Заместител и деканов по воспитател	3.1.1. Доля обучающихся, участвующих в физкультурно- оздоровительных и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских, городских,	%	20	20	20	20	20

	городских, региональных, окружных и федеральных	ьной работе	региональных, окружных и федеральных						
			3.1.2. Доля обучающихся, участвующих в деятельности спортивно-туристского клуба НГЛУ	%	2	2	2	2	2
4. Профилактика асоциальных проявлений, терроризма и экстремизма в молодежной среде	4.1. Организация и проведение кураторских часов, направленных на профилактику экстремизма. 4.2. Организация и проведение мероприятий, направленных на укрепление межнациональных связей, пропаганду культурных ценностей народов,	УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе	4.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в кураторских часах по вопросам профилактики асоциальных проявлений, терроризма и экстремизма в молодежной среде	%	80	80	80	80	80
			4.1.2. Доля обучающихся. Принявших участие во встречах с сотрудниками органов внутренних дел	%	40	40	40	40	40

	<p>проживающих в регионе.</p> <p>4.3. Реализация блока мероприятий, направленных на знакомство с культурой и традициями иностранных государств, чьи представители являются студентами НГЛУ</p> <p>4.4. Встречи студентов с представителями органов внутренних дел по тематике: профилактика преступлений террористического характера, экстремистских проявлений, по информированию о криминальных субкультурах</p>		<p>4.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях, на укрепление межнациональных связей, пропаганду культурных ценностей народов, проживающих в регионе, а также в мероприятиях, направленных на знакомство с культурой и традициями иностранных государств, чьи представители являются студентами НГЛУ</p>	%	85	85	85	85	85
<p>5. Создание университетской среды для реализации творческого</p>	<p>5.1. Участие обучающихся в творческих фестивалях и конкурсах регионального,</p>	<p>УВР, Центр студенческого творчества, Руководитель</p>	<p>5.1.1. Доля обучающихся, вовлеченных в участие творческих фестивалей и</p>	%	30	30	30	30	30

потенциала, поддержки талантливой молодежи и развития молодежной науки	окружного и всероссийского уровней 5.2. Проведение выездных интенсивов для одаренных студентов, в т.ч. по направлениям научной деятельности 5.3. Участие обучающихся НГЛУ в региональных, окружных и всероссийских научных конференциях и конкурсных мероприятиях	ли проектных офисов Наука и Поддержка талантливой молодежи, Заместители и деканов по воспитательной работе	конкурсах различного уровня						
			5.1.2. Доля обучающихся, прошедших через выездные интенсивы для одаренных студентов, в т.ч. по направлениям научной деятельности и принявших участие в региональных, окружных и всероссийских научных конференциях и конкурсных мероприятиях	%	10	15	15	15	15
6. Освоение обучающимися инструментария проектной деятельности в сфере цифровой экономики	6.1. Реализация программы и конкурса «Резиденты цифрового образования НГЛУ» и школы цифрового наставничества 6.2 Проведение студенческой школы	УВР, Руководитель проектного офиса Цифровое развитие, Заместители и деканов по воспитательной работе	6.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в тематических мероприятиях и получивших новые компетенции в сфере цифровой экономики	%	20	25	30	35	40

	цифрового проектирования «Lunn EdTech» и молодежного образовательного форума «Digital native»								
7. Создание собственного карьерного трека, развитие навыков предпринимательской деятельности	7.1. Участие обучающихся в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального, окружного и всероссийского уровней 7.2. Проведение индивидуально и группового консультирования студентов НГЛУ по вопросам самопрезентации и профориентации 7.3. Участие обучающихся в тематических мероприятиях с работодателями,	УВР, Руководитель проектного офиса Карьера, Заместитель и деканов по воспитательной работе	7.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального, окружного и всероссийского уровней	%	40	45	50	55	60
			7.1.2. Доля обучающихся, прошедших индивидуальное и групповое консультирование по вопросам самопрезентации и профориентации	%	50	50	50	50	50

	профстажировках								
8. Обучение студентов навыкам проектной деятельности	8.1. Организация работы мастерской по написанию заявок на участие в грантовых конкурсах реализации молодежных инициатив и проектов 8.2. Участие в молодежных грантовых конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней	УВР, Центр студенческого творчества, Заместитель и деканов по воспитательной работе	8.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в молодежных грантовых конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней	%	50	65	70	75	80

9. Развитие у обучающихся чувств гражданственности и патриотизма	9.1. Реализация студенческих проектов патриотической направленности и	УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе	9.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в вузовских мероприятиях патриотической направленности	%	25	25	25	25	25
	9.2. Совершенствование работы исторических объединений и клубов, ведущих историко-патриотическую и просветительскую работу		9.1.2. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях по просветительской работе (экскурсии, экспозиции, квесты, квизы, лекции, диспут-клубы, встречи в рамках проекта «Диалоги с Героями»)	%	40	40	40	40	40
	9.3. Участие обучающихся в мероприятиях патриотической направленности и внутривузовского, городского, регионального, окружного и всероссийского уровней		9.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в патриотических мероприятиях и проектах внутривузовского, городского, регионального, окружного и всероссийского уровней	%	10	10	10	10	10

Календарный план по воспитательной работе НГЛУ

Проектные офисы «Социальная активность» и «Творчество»			
№	Дата и время проведения	Наименование мероприятия	Ответственные, участники
1.	1 сентября	День знаний в НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
2.	2- 4 сентября	Welcome week для студентов первого курса высших школ университета в рамках адаптационных дней	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
3.	20-30 сентября	Проведение мероприятий в рамках федеральной акции «Весенняя неделя добра» (перенос из-за пандемии)	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Волонтерский центр «iVoLUNN-teer» Нижегородская служба добровольцев (по согласованию)
4.	В течение сентября	«Мой НГЛУ – моя история»: цикл презентационных бесед сотрудников Музея истории НГЛУ с первокурсниками	Управление по воспитательной работе, Музей НГЛУ, заместители деканов по ВР
5.	23-30 сентября	Цикл мероприятий в рамках Всемирной акции «Очистим планету от мусора»	Управление по воспитательной работе, экологический клуб НГЛУ, студенческий экологический клуб НГЛУ
6.	2 октября	Фестиваль творчества первокурсников «ДЕБЮТ»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
7.	01-15 октября	Дни первокурсника в высших школах НГЛУ	Студенческий Профком, профорги высших школ
8.	01-10 октября	Выборы органов студенческого самоуправления в высших школах (совет высшей школы)	заместители деканов по ВР, управления по воспитательной работе

9.	05 октября	Праздничная концертная программа «Учителю»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
10.	19 октября	Конференция делегатов высших школ НГЛУ по выбору Студенческого совета университета	Начальник управления по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
11.	04 ноября	Торжественные мероприятия по случаю Дня народного единства	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
12.	9-12 ноября	Отборочный этап межвузовского проекта по развитию студенческого самоуправления «СтудактивНО»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
13.	26 ноября	Международный молодежный фестиваль мобильного кино «DOBRO & LUBOV»	Оргкомитет Фестиваля (И.А. Вдовина, С.А. Колобова), Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества, высшие школы и институты
14.	ноябрь-апрель	Проектный навигатор «Soft Mapping School»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
15.	декабрь	XI Международный фестиваль студенческой молодёжи «В этом мире большом»	Управление по воспитательной работе, Институт русского языка, волонтерский корпус НГЛУ «iVo-LUNN-teer», заместители деканов по ВР
16.	1-3 декабря	Школа волонтерства НГЛУ «iVo-LUNN-teer»	Начальник управления по ВР, волонтерский корпус НГЛУ «iVo-LUNN-teer» Региональный ресурсный центр развития добровольчества
17.	11 декабря	Праздничная концертная программа «Звезды World Song» по случаю Дня Конституции Российской Федерации	Центр студенческого творчества НГЛУ, заместители деканов по ВР
18.	В течение декабря	Всероссийский образовательный форум «Студвесна»	Оргкомитет Форума, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества

19.	30 декабря	Новогодняя концертная программа НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
20.	25 января	День студента в НГЛУ: цикл праздничных мероприятий и акций с участием студенческих объединений и студентов НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
21.	12 февраля	Встреча с ветеранами войны в Афганистане	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
22.	17 февраля	Фестиваль блоггеров «BlogFest»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
23.	22 февраля	Студенческий флешмоб и цикл корпоративных мероприятий по случаю празднования Дня защитника Отечества	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
24.	март	Международная хоровая ассамблея «Coro di Linguisti»	Народный коллектив России Академический хор НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
25.	в течение марта	Отборочные этапы Нижегородского областного фестиваля-конкурса студенческого творчества «Студенческая весна – 2021» на базе НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
26.	апрель	Конкурсный смотр художественной программы НГЛУ в рамках Нижегородского Областного фестиваля студенческого творчества «Студенческая весна – 2021»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
27.	апрель	Гала-концерт Областного фестиваля студенческого творчества «Студенческая весна – 2021»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
28.	22 апреля – 15 мая	Выставочная экспозиция Музея НГЛУ «Вклад НГЛУ в достижение Великой Победы» и др.	Музей НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ

29.	23 апреля	Международная акция «Вахта Памяти: 15 дней до Великой Победы» в НГЛУ	Музей НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
30.	апрель	Последние звонки на факультетах НГЛУ	Заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
31.	4-7 мая	Лекторий с участием Ветеранов ВОВ в рамках гражданско-патриотического проекта «Славься, Отечество!»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ, зам. деканов по ВР
32.	6-7 мая	Патриотическая акция «Георгиевская лента»	Управление по ВР, студенческие педагогические отряды НГЛУ
33.	7 мая	Международный фестиваль военно-патриотической песни «Поклонимся великим тем годам...»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, ФГБОУ ВО «Нижегородская государственная консерватория им. М.И. Глинки» (по согласованию)
34.	вторая половина мая	Выездной тренинг студенческого актива НГЛУ и проектный навигатор «Погружение»	Управление по воспитательной работе
35.	28 мая	Отчетный концерт творческих объединений НГЛУ «Точка»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
36.	3 июня	Фестиваль авторского творчества «Пространство»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
37.	в течение июня	X Международный молодежный арт-проект «World Song: Песня мира»	Оргкомитет проекта, Центр студенческого творчества НГЛУ
38.	конец июня	Выпускной вечер НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
39.	в течение летних каникул	Участие студентов НГЛУ в летней форумной кампании	Управление по ВР, заместители деканов по ВР
40.	в течение летних каникул	Выездные тематические интенсивы для студентов НГЛУ	Управление по ВР, заместители деканов по ВР

Проектный офис «Здоровый жизненный стиль»			
41.	3 сентября	Диктант Победы. Флэшмоб в социальных сетях в рамках Дня солидарности в борьбе с терроризмом	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
42.	21-30 сентября (по особому графику)	«Азбука безопасности студента НГЛУ»: цикл профилактических лекций для первокурсников по профилактике правонарушений и безопасности жизнедеятельности	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, начальник службы безопасности НГЛУ
43.	сентябрь - октябрь по особому графику	Социально-психологическое тестирование студентов первого курса высших школ	Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
44.	1 октября	Легкоатлетический кросс в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта, Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
45.	14 октября	Спортивно-туристический праздник для студентов I курса	Кафедра физической культуры и спорта, Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
46.	28 октября	Детские старты «Веселые спортивные каникулы»	Кафедра физической культуры и спорта
47.	2-27 ноября	Акция Марафон «Здоровый образ жизни»: Конкурс социальной рекламы «Жизнь без курения, алкоголя, наркотиков», публичные выставки, профилактические беседы со студентами.	Кафедра физической культуры и спорта
48.	15 ноября	Акция «10000 к жизни» в рамках Международного спортивного форума «Россия - спортивная держава» (по согласованию)	Кафедра физической культуры и спорта
49.	23-30 ноября	Акция «СТОПВИЧСПИД» в преддверии международного Дня борьбы со СПИДом (1 декабря)	Управление по воспитательной работе, студенческий пресс-центр, заместители деканов по ВР, кураторы учебных групп
50.	9 декабря	Открытие Спартакиады НГЛУ среди студентов	Кафедра физической культуры и спорта

51.	9-10 декабря	Волейбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
52.	16 декабря	Турнир по волейболу на кубок Нижегородского района в рамках Дня здоровья НГЛУ среди женских студенческих команд	Кафедра физической культуры и спорта
53.	23 декабря	Папа, мама, я - спортивная семья!	Кафедра физической культуры и спорта
54.	20-24 января	Городская акция «Студенческий десант» под эгидой УМВД России по Нижнему Новгороду	Управление по воспитательной работе
55.	17 февраля	Скандинавская ходьба для преподавателей и сотрудников	Кафедра физической культуры и спорта
56.	февраль	Всероссийская массовая лыжная гонка «Лыжня России – 2021» (нижегородский этап) и Нижегородский фестиваль зимних видов спорта #ZIMAFEST	Волонтерский центр НГЛУ, Центр студенческого творчества НГЛУ
57.	25 февраля	Участие в городском турнире по волейболу среди сотрудников и преподавателей, посвященный дню защитника Отечества	Кафедра физической культуры и спорта
58.	25 февраля	Шахматы в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
59.	март	Участие в областном турнире по мини-футболу среди девушек, посвященном празднику 8 марта	Кафедра физической культуры и спорта
60.	18 марта	Чирлидинг в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
61.	25 марта	Участие в городских соревнованиях Папа, мама, я - спортивная семья!	Кафедра физической культуры и спорта
62.	30-31 марта	Бадминтон в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
63.	8 апреля	Участие в мероприятии, посвященном 40-летию туристического клуба «Робинзон»	Кафедра физической культуры и спорта
64.	14-15 апреля	Баскетбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
65.	15 апреля	Встреча студентов НГЛУ с представителями ГУ МВД по г. Нижнему Новгороду и Нижегородской области «Диалог с полицией»	Управление по воспитательной работе, зам. деканов по ВР
66.	27-28 апреля	Мини-футбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
67.	5 мая	Международный молодежный спортивный марафон «ПОБЕДА»	Центр студенческого творчества НГЛУ,

			Заместители деканов по ВР, Кафедра физической культуры и спорта
68.	6 мая	Участие в городском мини-марафоне на 5 км, приуроченном ко Дню Победы	Кафедра физической культуры и спорта
69.	12 мая	Дартс в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
70.	19 мая	Легко-атлетическая эстафета НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
71.	20 мая	Закрытие Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
72.	июнь	Неделя безопасности в НГЛУ: мероприятия и лекции профилактической направленности по безопасности жизнедеятельности	Управление по воспитательной работе, служба безопасности НГЛУ, заместители деканов по ВР
Проектный офис «Карьера»			
73.	сентябрь-февраль	Участие в олимпиаде «Я – профессионал»	ЦТКБ НГЛУ
74.	сентябрь-май	Участие в проекте «Профстажировки 2:0»	ЦТКБ НГЛУ
75.	сентябрь	Квест «Обогащение профессии» в рамках общей программы "Welcome week"	ЦТКБ НГЛУ
76.	15-18 сентября	Участие в форуме «Карьерный навигатор»	ЦТКБ НГЛУ
77.	17, 24, 30 сентября	Участие в онлайн ярмарке вакансий «Работа есть!»	ЦТКБ НГЛУ
78.	ежемесячно	Мастер-классы с участием представителей кадровых агентств и бизнес – консультантов	ЦТКБ НГЛУ
79.	сентябрь-июнь	Организация презентаций предприятий и организаций высших школах НГЛУ	ЦТКБ НГЛУ
80.	раз в два месяца	Организация презентаций и проведение мероприятий от Work and travel USA	ЦТКБ НГЛУ
81.	сентябрь-июнь	Индивидуальное консультирование студентов НГЛУ по вопросам самопрезентации, профориентации, подбор подходящих вакансий из банка вакансий Центра. Групповое консультирование студентов НГЛУ по вопросам состояния рынка труда	ЦТКБ НГЛУ

82.	Февраль-март	Анкетирование студентов НГЛУ для выявления их карьерных ожиданий и готовности к трудоустройству	ЦТКБ НГЛУ
83.	ежемесячно	Размещение на сайте университета и социальных сетях вакансий, поступающих от работодателей, о стажировках и постоянном и временном трудоустройстве студентов и выпускников НГЛУ	ЦТКБ НГЛУ
Проектный офис «Цифровое развитие»			
84.	октябрь	Разработка и презентация программы и конкурса «Резиденты цифрового образования НГЛУ»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
85.	ноябрь	Школа цифрового наставничества (Цифровой тьютор НГЛУ)	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
86.	ноябрь	Студенческая школа цифрового проектирования «Lunn EdTech»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
87.	ноябрь	Отборочный этап конкурса студенческих проектов в сфере образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
88.	ноябрь	Совещания по вопросу реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных». Формирование проектной группы из числа цифровых резидентов, цифровых тьюторов, участников проекта «Учитель будущего» и студентов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
89.	декабрь	Второй этап конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
90.	декабрь	Разработка и утверждение дорожной карты по реализации проекта «Управление траекториями развития	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации

		педагогов на основе больших данных»	университета, тьюторы проектного офиса
91.	январь	Презентация краудфайдинговой платформы НГЛУ «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
92.	январь	Заседание оргкомитета молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
93.	январь	Сбор данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
94.	февраль	Третий этап конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» (оценка проектов на платформе и доработка)	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
95.	февраль	Заседание экспертной комиссии и определение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
96.	февраль	Формирование индивидуальных треков для победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
97.	февраль	Второе заседание оргкомитета молодежного образовательного форума «Digital native» - презентация программы, пула спикеров и волонтеров	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
98.	февраль	Проведение переговоров с партнерами молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
99.	февраль	Сбор данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса

100.	март	Заседание экспертной комиссии и определение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
101.	март	Формирование индивидуальных треков для победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
102.	март	Продвижение молодежного образовательного форума «Digital native» в социальных сетях	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
103.	март	Обработка данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
104.	апрель	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
105.	апрель	Проведение молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
106.	апрель	Анализ данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
107.	май	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
108.	май	Написание научных работ совместно со студентами на основании анализа данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса

		педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	
109.	июнь	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
110.	июнь	Продвижение проектной школы для абитуриентов «Digital native» в социальных сетях	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
111.	июнь	Представление научных и практических результатов реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
112.	июнь	Формирование пула спикеров, модераторов и ответственных лиц проектной школы для абитуриентов «Z Future»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
113.	июнь	Формирование и передача отчетных документов цифровых тьюторов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
114.	июнь	Проверка и утверждение отчетных документов цифровых тьюторов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
Проектные офисы «Наука и поддержка талантливой молодежи»			
115.	октябрь-июнь (по особому графику)	Обучающий лекторий "Science Start"	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
116.	октябрь-июнь	Проект «Научный четверг #LUNNScience»	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
117.	еженедельно по запросу студентов	Консультирование онлайн #ScienceOnAir	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса

118.	по особому графику	Подготовка и участие студентов рабочей группы направления "Наука" в конкурсах по НИРС различного уровня	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
119.	май-июль	Выездные интенсивы для членов проектных офисов в лагере «Лингвист»	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса

РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, уровень образования – магистратура, разработанную кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма НГЛУ им. Н.А. Добролюбова

Рецензируемая основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее ОПОП ВО) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, представленная для рецензирования, разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрауки России от 08.06.2017 г. № 528, и регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускников и включает в себя необходимый набор нормативно-методических документов.

Целью разработки основной профессиональной образовательной программы ВО является методическое обеспечение реализации ФГОС ВО по данному направлению обучения и подготовка конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов, обладающих знаниями, умениями и навыками, необходимыми для эффективного осуществления самостоятельной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в эпоху цифровизации экономики и общественных отношений.

Миссия ОПОП заключается в подготовке магистров будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью, сочетающих теоретические знания и практические навыки в сфере управления коммуникациями с глубоким пониманием процессов, происходящих в PR и рекламной деятельности. Особое внимание уделяется научно-исследовательской работе с использованием как общенаучных, так и прикладных методов, в том числе качественного и количественного анализа информационного поля, методов работы с открытыми данными и большими объемами информации, а также осуществлению проектной деятельности.

В ходе обучения магистранты приобретают навыки создания рекламных и PR-текстов, написания сценариев специальных событий, разработки концепций медийных продуктов, медиапланирования, планирования и организации рекламных и PR-кампаний для продвижения коммерческих организаций, их продуктов, услуг и ведущих специалистов на международном, российском и региональном рынках.

Программа отвечает основным требованиям стандарта. Ее структура включает следующие блоки: Блок 1 «Дисциплины (модули)», Блок 2 «Практики», Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», а также факультативы.

В блоке 1 «Дисциплины (модули)» составляют 81 з.е., из них обязательная часть – 39 з.е., часть, формируемая участниками образовательных отношений – 42 з.е. Блок 2 «Практика» составляет 30 зачетных единиц, из них производственная практика (научно-исследовательская работа) – 12 з.е.; производственная практика (профессионально-творческая практика) – 12 з.е.; производственная практика (преддипломная практика) – 3 з.е.; производственная практика (творческая практика) – 3 з.е.

Государственная итоговая аттестация составляет 9 з.е., что включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена и подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Содержание ОПОП ВО не противоречит ФГОС ВО. Календарный учебный график составлен в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Факультативы дают студентам возможность прослушать курсы на английском языке, а также изучить дополнительно второй и третий иностранные языки.

Дисциплины и практики учебного плана по рецензируемой ОПОП ВО формируют весь необходимый перечень универсальных и общепрофессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, а также самостоятельно установленных организацией профессиональных компетенций.

Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения ОПОП, соответствуют ФГОС.

Критерии и показатели оценивания компетенций обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

В числе конкурентных преимуществ программы следует отметить, что к ее реализации привлечен опытный профессорско-преподавательский состав, а также практические работники. Помимо профессиональных дисциплин, большое внимание уделяется иностранным языкам, причем ряд дисциплин преподается на английском языке. Это поможет выпускникам при трудоустройстве в транснациональные корпорации, при поиске работы или продолжении обучения за рубежом.

Одним из преимуществ также является учет требований работодателей при формировании дисциплин, которые по своему содержанию позволяют обеспечить компетенции выпускника. Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включенные в план дисциплины раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день проблем в рекламной и PR-индустриях. Структура плана в целом логична и последовательна. Оценка рабочих программ дисциплин и практик позволяет сделать вывод о высоком их качестве и достаточном уровне методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует компетентностной модели выпускника.

Учебная работа магистранта по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, включает следующие формы обучения: лекции, семинарские и практические занятия, самостоятельную работу и практики. В учебном процессе рецензируемого ОПОП ВО предполагается

использование как традиционных, так и инновационных (активных) методов проведения занятий, среди которых case-study, деловые игры, проектные задания, круглые столы и др.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям ОПОП созданы фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Фонды включают контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, зачетов и экзаменов; тесты; творческие проектные работы, примерную тематику докладов, а также иные формы контроля. Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения ОПОП разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Содержание оценочных материалов соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Рецензируемая ОПОП ВО в полной мере соответствует заявленному уровню подготовки магистра. Предусмотренные ОПОП дисциплины и практики формируют высокий уровень компетенций, предусмотренных ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, полностью соответствует требованиям ФГОС ВО. Разработанная ОПОП обеспечена учебно-методической документацией и материалами на должном уровне.

В программе отражены основные требования по содержанию, объему и структуре практик и государственной итоговой аттестации выпускников. Вышеизложенное позволяет констатировать соответствие ОПОП магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, требованиям ФГОС ВО.

Качество рецензируемой ОПОП не вызывает сомнения, что позволяет рекомендовать к реализации программу по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса.

Генеральный директор,
ООО «Нижегородская служба рекламы»

Управляющий партнер,
ООО «Коммуникационная группа «ДЖЭМП» Ю.А. Мохова



Экспертное заключение на оценочные материалы

программы магистратуры Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

Оценочные материалы разработаны в соответствии с Положением о фондах оценочных средств по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры НГЛУ, утвержденным приказом ректора НГЛУ им. Н.А. Добролюбова № 398 ОС/Д от 25.12.2020.

Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения ОПОП, соответствуют ФГОС.

Критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

Контрольные задания и материалы оценки результатов обучения ОПОП разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Объем оценочных материалов соответствует учебному плану направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса.

Содержание оценочных материалов соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса, будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Качество оценочных материалов обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

Зав. кафедрой «Связи с общественностью,
маркетинг и коммуникации»
Нижегородского государственного
технического университета им. Р.Е. Алексеева



Е.А. Зайцева