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
«30» августа 2021 г.
Номер внутривузовской регистрации
протокол Учёного совета
№ 1 от 30.08.2021

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

Заочная

Год набора 2021

г. Нижний Новгород
2021 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) 5
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 8
3.5. Срок получения образования 8
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 8
4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы 8
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения 8
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения 10
4.2. Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения 12
Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 15
5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы 15
5.2. Типы практик 16
5.3. Календарный учебный график и учебный план 16
5.4. Аннотации программ дисциплин (модулей) 16
5.5. Аннотация программы практик 37
5.6. Характеристика фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации 44
5.7. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы 45
Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ 45
Раздел 7. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 48
Раздел 8. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 48
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 2021 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), с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82;
- 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 лингвистическогоуниверситета 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	Наименование профессионального стандарта

	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 "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской	B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности	B/04.6	6

Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н				результатов продвижения продукции СМИ		
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	B	Организация работы подразделения СМИ	7	Разработка концепции авторских проектов	B/01.7	7
				Планирование и координация деятельности подразделения	B/02.7	7
				Анализ результатов деятельности подразделения	B/03.7	7
				Установление и поддержание контактов с внешней средой	B/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 икоммуникационные 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-исследователь-ский	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 заочной форме.

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 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	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

	подхода, вырабатывать стратегию действий	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 норм и имеющихся ресурсов и ограничений. УК-2.4. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время. Оценивает риски и результаты проекта. УК-2.5. Публично представляет результаты проекта, вступает в обсуждение хода и результатов проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде. УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и общения разных людей. УК-3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (устную, письменную, вербальную, невербальную, реальную, виртуальную, межличностную и др.) для руководства командой и достижения поставленной цели. УК-3.4. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение. 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.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для	УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами. УК-4.2. Использует информационно-

	академического и профессионального взаимодействия	коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языках. 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). УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры в процессе профессионального взаимодействия на государственном и иностранном(ых) языке(ах). УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) на государственный язык.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных сообществ взаимодействия. 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. 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.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития. УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, выстраивает планы их достижения. УК-6.3. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов. УК-6.4. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов для совершенствования своей деятельности. УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и умений с целью совершенствования своей деятельности.

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.2

Категория общепрофес-сиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса 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	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,

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

4.2. 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 (подразделен ием) в современной индустрии рекламы и связей с	Текст рекламы и связей с общественнос тью и (или) иной коммуникацио нный продукт, передаваемый по различным каналам	ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функцион ального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или	06.013 Специалист по информацион ным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и

общественностью	средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности		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	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 (далее – СМИ) и другими медиа,	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 продукции средств массовой

	адресованный разным целевым группам / группам общественности			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 самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным	ПК-5. Способен руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований в области рекламы и связей с общественностью,медиакоммуникаций	ПК-5.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ПК-5.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	06.012 Менеджер продуктов в области информационных технологий

	целевым группам / группам общественности			
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 коммуникационный 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	11.006Редактор средств массовой информации
		ПК-7. Способен оценивать качество и эффективность коммуникационных продуктов (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации	ПК-7.1. Использовать современные методики для оценки качества коммуникационного продукта (медиатекста) ПК-7.2. Использовать современные критерии оценки эффективности реализации коммуникационного продукта (медиатекста)	11.006Редактор средств массовой информации

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы

Программа магистратуры включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы бакалавриата относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, определяемых ФГОС.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, определяемых ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, определяемых НГЛУ самостоятельно, включаются в обязательную часть программы магистратуры 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 Блок «Практика» входит производственная практика.

Программой магистратуры предусмотрено прохождение следующих типов производственной практики, которые относятся к обязательной части ОПОП:

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

Программой магистратуры предусмотрено прохождение следующего типа производственной практики, которая относится к части ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений:

- творческая 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).

Универсальный модуль

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 (Универсальный модуль). 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

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

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.

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 (Универсальный модуль).Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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-OfficePro. 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.

Модульсоциально-гуманитарных дисциплин

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 (Модульсоциально-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 общественности 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 субстраткоммуникативной 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 (Модульсоциально-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.

Имидж и репутация коммерческого предприятия

Цель освоения дисциплины

Ознакомление обучающихся с новым видом управленческой деятельности – управлением имиджем и репутацией, обучение современным технологиям оценки и изменения имиджа и репутации и формирование навыков применения этих технологий в практической деятельности, формирование у студентов систематизированного представления об основах планирования репутационных и имиджевых действий и мероприятий.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модульсоциально-гуманитарных 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

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

Краткое содержание дисциплины

Управление имиджем и репутацией как направление профессиональной деятельности. Параметры и компоненты деловой репутации. Формирование имиджа: этапы, инструменты, способы оценки. Интернет-репутация организации. Репутационный аудит. Технологии формирования и управления имиджем и репутацией. Антикризисные коммуникации. HR-репутация. Особенности репутационного управления в различных отраслях.

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

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модульсоциально-гуманитарных 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

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.

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

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модульсоциально-гуманитарных дисциплин). 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.

Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование понимания сущности основных понятий в сфере рекламной деятельности, способов правового регулирования и применения, особенностей их квалифицирующих признаков.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модульсоциально-гуманитарных дисциплин). 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

Понятие, признаки рекламы. Система источников правового регулирования рекламной деятельности в Российской Федерации. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Ограничения спама. Правое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием. Договоры возмездного оказания рекламных услуг. Рекламный подряд. Договоры в сфере наружной рекламы. Договоры о передаче исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности в сфере рекламной деятельности.

Модуль историко-филологических дисциплин

Копирайтинг и рерайтинг текста

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области обеспечения эффективного взаимодействия организации с ее внешней и внутренней средой посредством создания рекламных и PR - текстов.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 (Модульисторико-филологических дисциплин). Трудоемкость дисциплины составляет 3 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-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 сущность копирайтинга и рерайтинга. Рекламный дискурс. Копирайтинг как часть рекламного дискурса. Виды копирайтинга. Эволюция публицистической речи. Новые форматы текста, эволюция прежних форматов. Методы создания рекламного продукта. Разновидности макетов (форматов) печатной рекламы. Коммуникативные стратегии рекламных текстов. Виды

текстов в рекламе и PR. Структурная организация текстовых сообщений в рекламе. Редактирование текстов. Процесс создания рекламного текста. Копирайтинг в интернете. Сайт, рассылка, рекламный блок, лендинг. Рерайтинг, копирайтинг, seo-копирайтинг, LSI-копирайтинг, UX-копирайтинг. Digital-ресурсы для написания и изменения текста.

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 относится к обязательной части Блока 1 (Модульисторико-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-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

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.

Информационно-технологический модуль

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 (Информационно-технологический модуль). Трудоемкость дисциплины составляет 3 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-6. Способен разрабатывать авторские коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью на основе анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем

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.

Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование фундаментальной подготовки студентов по освоению, реализации и применению интернет-технологий как в процессе обучения, так и в будущей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Информационно-технологический модуль). Трудоемкость дисциплины составляет 3 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 (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Эволюция подходов и инструментов рекламных технологий в цифровой среде. Цифровая среда и цифровая реклама. Обзор рекламных инструментов. Анализ конкурентов и сегментация в цифровой среде. Стратегии продвижения в цифровой среде. Основы разработки сайта. Продвижение в поиске SEO. Контекстная, тизерная реклама. Медийная баннерная реклама. Таргетированная реклама и SMM. Основы веб аналитики.

Онлайн- и офлайн-коммуникации и бизнес-среде

Цель освоения дисциплины

Формирование систематизированных знаний и практических навыков бизнес-коммуникации в офлайн-среде и по использованию Интернета как канала коммуникации в бизнес-среде.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Информационно-технологический модуль). Трудоемкость дисциплины составляет 3 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 (медиатекстов) с учетом возможностей использования современных методов их реализации

Краткое содержание дисциплины

Принципы и новые способы формирования коммуникационной политики предприятия. Необходимость соблюдения этических норм в деловом общении. Нравственные основы коммуникаций. Этические механизмы организации деловых коммуникаций. Общечеловеческие нормы и ценности как основа коммуникаций в современном мире. Этнокультурные нормы деловых коммуникаций. Коммуникации в условиях глобализации. Этика и этикет. Профессиональный этикет и коммуникации. Правила делового этикета в производственной среде.Конфликты, их причины и способы разрешения в процессе коммуникаций. Понятие и сущность социальной сети. Обзор основных социальных сетей: Twitter. Вконтакте. Facebook. Одноклассники. Понятие и сущность блога и портала. Разновидности блога: Livejournal, Liveinternet, корпоративный блог. Инструменты продвижения в социальных сетях. Стратегия продвижения в социальных сетях. Интеграция сайта с социальными сетями.

Модуль общепрофессиональных дисциплин

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 (Модуль общепрофессиональных дисциплин). Трудоемкость дисциплины составляет 4 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 контентав социальных медиа

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 (Модуль 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 (Модуль 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 паблик 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 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 (Модуль 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

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 Управленческие решения 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.

Оценка эффективности кампаний в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Сформировать представление студентов о рекламных стратегиях и о планировании контроля и эффективности рекламной кампании и компании по связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). 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

Контроль и эффективность рекламных кампаний. Оценка коммуникативной эффективности. Оценка экономической эффективности. Показатели экономической эффективности рекламы. Методика проведения фокус-групп. Аналитические способы оценки эффективности рекламы.

Лоббирование и технологии GR

Цели освоения дисциплины

Сформировать представление о лоббистской деятельности, месте лоббирования в политико-экономических процессах современного мира и системе деловых коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль 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

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 паблик рилейшнз. 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, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). Трудоемкость дисциплины составляет 4 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, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). 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 (SocialMediaMarketing). 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, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль 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

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, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных 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

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 (casestudy). Биографический метод. Контент-анализ. Обработка, анализ, обобщение и представление результатов социологического исследования.

Бренд-менеджмент

Цель освоения дисциплины

Формирование представления у студентов о новейших технологиях и инструментах бренд-менеджмента, примерами продвижения и управления брендами в потребительской, промышленной, политической сферах.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). 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

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). 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

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных дисциплин). 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.

Методы анализа текстов и опросные методы исследования аудитории

Цель освоения дисциплины

Сформировать представление о методике контент-анализа как исследовательского метода в PR-деятельности и формирование навыков проведения опросов в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных 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

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

Понятие контент-анализа. Контент-анализ как один из методов определения эффективности PR-деятельности. Статистический и лингвосоциологический. Фронтальный и рейдовый. «Ручной» и автоматизированный. Современные технологии в контент-анализе. Ключевые слова, теги и триггеры. Понятие опроса. Познавательные возможности данного метода: изучение субъективного мира людей, их деятельности и поведения, различных сфер жизнедеятельности общества и индивидов; получение информации не только о настоящем, но и о прошлом, предполагаемом будущем. Место опроса в системе методов сбора социологической информации. Ограничения для использования опросов в социологических исследованиях. Особенности опроса как социально-психологического общения: целенаправленность, асимметричность, опосредованность. Взаимодействие в ходе опроса научного и обыденного сознания. Различия научного и обыденного сознания в целях познавательной деятельности, способе получения знаний, формируемой картине мира. Особенности научного языка и бытовой лексики. Необходимость перевода теоретической модели на уровень обыденного сознания. Проблема достоверности информации, получаемой в ходе опроса. Способы повышения достоверности и надежности информации. Виды опроса. По способу общения с респондентами: устный и письменный. По форме общения: очный и заочный. По типу опрашиваемых субъектов: экспертный и массовый. По статическому или динамическому подходу: разовый, повторный, панельный, социологический мониторинг.

Маркетинговые исследования в рекламе

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента комплекса знаний и представлений о маркетинговом анализе в сфере связей общественности и рекламы, а также развить 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

Элективная дисциплина (дисциплина по выбору) относится к части Блока 1, формируемой участниками образовательных отношений (Модуль общепрофессиональных 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

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.

Модуль практической языковой подготовки

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 (Модуль практической языковой подготовки). 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.

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 (медиатекстов) 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 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

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.

Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО

Цель освоения дисциплины

Получение обучающимися теоретических знаний о добровольчестве (волонтерстве) как ресурсе личностного роста и общественного развития, что будет способствовать патриотическому и духовно-нравственному воспитанию молодежи; формирование представлений о многообразии добровольческой (волонтерской) деятельности и мотивации добровольцев (волонтеров); приобретение практических навыков в сфере организации труда добровольцев (волонтеров), взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями (НКО), органами власти и подведомственными им организациями.

Место дисциплины в структуре ОПОП

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

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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.

Краткое содержание

Волонтерство как ресурс личностного роста и общественного развития. Многообразиеформ добровольческой (волонтерской) деятельности. Организация работы с волонтерами. Взаимодействие с социально ориентированными НКО, инициативными группами, органами власти и иными организациями.

Второй иностранный язык

Второй иностранный (немецкий) 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 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 (французский) 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 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 (испанский) 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 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

Третий иностранный (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.

Третий иностранный (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.

Третий иностранный (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.

Третий иностранный (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.

Третий иностранный (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, утвержденноеприказом 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-ФЭ; 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, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 года № 528, с изменениями и дополнениями, утвержденными приказами Минобрнауки России от 26 ноября 2020 г. № 1456, 8 февраля 2021 г. № 82, 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 «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), 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 «Редактор средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г. № 33899), 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»), утвержденным 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 г. № 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 проректором по образовательной и профориентационной деятельности.

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 деятельностей 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 практикив 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 культурыв 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.	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках;

	Выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- 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 5 семестре очной формы обучения 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-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 являютсяподготовка 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.

6.2. 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.

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 заведующего кафедрой кандидата философских наук доцента Ротановой М.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 (ФоРГО) в Нижнем Новгороде.

Согласовано с председателем Студенческого совета по качеству в НГЛУ:

К.А. Малькова

Учебный план магистратуры '42.04.01 Z РСО в СБ 2021.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2021

Календарный учебный график

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

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	
	Теоретическое обучение	15 5/6	11 1/6	27	13 1/6	15 1/6	28 2/6	11 5/6		11 5/6	67 1/6
Э	Экзаменационные сессии	4/6	2	2 4/6	1 2/6	2	3 2/6	4/6		4/6	6 4/6
Н	Научно-исслед. работа	2	2	4	2	2	4				8
П	Производственная практика	2	4	6	4		4				10
Пд	Преддипломная практика							2		2	2
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							4		4	4
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена							2		2	2
К	Каникулы	1	9	10	1	9	10	1	3	4	24
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 3/6 (9 дн)	5/6 (5 дн)	2 2/6 (14 дн)	1 3/6 (9 дн)	5/6 (5 дн)	2 2/6 (14 дн)	1 3/6 (9 дн)		1 3/6 (9 дн)	6 1/6 (37 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.			более 39 нед.			не менее 12 нед. и не более 39 нед.			
Итого		23	29	**52**	23	29	**52**	23	3	**26**	130
Студентов											
Групп											

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 30.08.2021

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

УТВЕРЖДАЮ

Ректор *Ж.В. Никонова*

"30" августа 2021 г.

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

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

Кафедра: Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма

Институт: Институт дистанционного обучения

Квалификация: Магистр	
Программа подготовки: академическая магистратура	
Форма обучения: Заочная	
Срок получения образования: 2г 6м	

Год начала подготовки (по учебному плану) 2021

Учебный год 2021-2022

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Код	*Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты*
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
06.012	МЕНЕДЖЕР ПРОДУКТОВ В ОБЛАСТИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
06.013	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ
11	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ
11.006	РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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

СОГЛАСОВАНО

Проректор по образовательной и профориентационной деятельности _____ / Р.А. Иванова /

И.о. директора _____ / Н.Х. Фролова /

План Учебный план магистратуры '42.04.01 Z РСО в СБ 2021.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2021

Считать в плане	Индекс	Наименование	Блок/часть	Форма контроля: Экзамен	Форма контроля: Зачет	Форма контроля: Зачет с оц.	Форма контроля: Контр.	з.е.: Экспертное	з.е.: Факт	Часов в з.е.	Итого акад.часов: Экспертное	Итого акад.часов: По плану	Итого акад.часов: Конт. раб.	Итого акад.часов: СР	Итого акад.часов: Контроль
		Блок 1.Дисциплины (модули)						5	5		180	180	22.6	157.4	
		Обязательная часть						5	5		180	180	22.6	157.4	
+	Б1.О.01	**Универсальный модуль**	**Б1.О**		**13**		**13**	5	**5**		**180**	**180**	**22.6**	**157.4**	
+	Б1.О.01.01	История и методология науки	Б1.О		1		1	3	3	36	108	108	12.3	95.7	
+	Б1.О.01.02	Информационное обеспечение проектной деятельности магистра	Б1.О		3		3	2	2	36	72	72	10.3	61.7	
		К.М.Комплексные модули						76	76		2736	2736	425.65	1975.35	335
+	К.М.01	**Модуль социально - гуманитарных дисциплин**	**К.М**		**1113**		**11**	10	**10**		**360**	**360**	**44.7**	**315.3**	
+	К.М.01.01	Основы научных исследований в профессиональной сфере	Б1.О		1		1	3	3	36	108	108	12.3	95.7	
+	К.М.01.02	Правовое регулирование в сфере бизнеса	Б1.О		1		1	3	3	36	108	108	12.3	95.7	
+	К.М.01.ДВ.01	**Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)**	**Б1.В**		**3**			2	**2**		**72**	**72**	**10.05**	**61.95**	
+	К.М.01.ДВ.01.01	Имидж и репутация коммерческого предприятия	Б1.В		3			2	2	36	72	72	10.05	61.95	
-	К.М.01.ДВ.01.02	Международный бизнес и предпринимательская культура	Б1.В		3			2	2	36	72	72	10.05	61.95	
+	К.М.01.ДВ.02	**Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**	**Б1.В**		**1**			2	**2**		**72**	**72**	**10.05**	**61.95**	
+	К.М.01.ДВ.02.01	Правовое регулирование рекламного рынка	Б1.В		1			2	2	36	72	72	10.05	61.95	
-	К.М.01.ДВ.02.02	Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью	Б1.В		1			2	2	36	72	72	10.05	61.95	
+	К.М.02	**Модуль историко-филологических дисциплин**	**К.М**		**35**		**3**	5	**5**		**180**	**180**	**26.6**	**153.4**	
+	К.М.02.01	Копирайтинг и рерайтинг текста	Б1.О		3		3	3	3	36	108	108	12.3	95.7	
+	К.М.02.02	Современная медиакультура в мире глобальных бизнес-коммуникаций	Б1.О		5			2	2	36	72	72	14.3	57.7	
+	К.М.03	**Информационно-технологический модуль**	**К.М**		**45**			6	**6**		**216**	**216**	**30.35**	**185.65**	
+	К.М.03.02	Современные информационно-коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	Б1.О		5			3	3	36	108	108	16.3	91.7	
+	К.М.03.ДВ.01	**Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)**	**Б1.В**		**4**			3	**3**		**108**	**108**	**14.05**	**93.95**	
-	К.М.03.ДВ.01.01	Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью	Б1.В		5			3	3	36	108	108	14.05	93.95	
+	К.М.03.ДВ.01.02	Онлайн и офлайн-коммуникация в бизнес среде	Б1.В		4			3	3	36	108	108	14.05	93.95	
+	К.М.04	**Модуль общепрофессиональных дисциплин**	**К.М**	**12223 3445**	**2444**		**12223 34444**	47	**47**		**1692**	**1692**	**241.2**	**1149.3**	**301.5**
+	К.М.04.01	Управление коммуникационными проектами	Б1.О	3			3	4	4	36	144	144	18.5	92	33.5
+	К.М.04.02	Разработка и продвижение контента	Б1.О	2			2	4	4	36	144	144	22.5	88	33.5
+	К.М.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	Б1.О	2			2	4	4	36	144	144	28.5	82	33.5
+	К.М.04.05	Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации	Б1.В	4			4	4	4	36	144	144	18.5	92	33.5
+	К.М.04.06	Оценка эффективности компаний в рекламе и связях с общественностью	Б1.В	5				4	4	36	144	144	22.5	88	33.5
+	К.М.04.07	Лоббирование и технологии GR	Б1.В		4		4	3	3	36	108	108	14.3	93.7	
+	К.М.04.08	Коммуникационный менеджмент	Б1.В	1			1	4	4	36	144	144	22.5	88	33.5
+	К.М.04.09	Медиапланирование в современной рекламной индустрии	Б1.В	4			4	4	4	36	144	144	18.5	92	33.5
+	К.М.04.10	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	Б1.В		4		4	3	3	36	108	108	14.3	93.7	
+	К.М.04.11	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	Б1.В	3			3	3	3	36	108	108	14.5	60	33.5
+	К.М.04.12	Бренд-менеджмент	Б1.В	2			2	4	4	36	144	144	22.5	88	33.5
+	К.М.04.ДВ.01	**Дисциплины и (модули) по выбору 1 (ДВ.1)**	**Б1.В**		**2**			3	**3**		**108**	**108**	**12.05**	**95.95**	
+	К.М.04.ДВ.01.01	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	Б1.В		2			3	3	36	108	108	12.05	95.95	
-	К.М.04.ДВ.01.02	Менеджмент в инновационной сфере	Б1.В		2			3	3	36	108	108	12.05	95.95	
+	К.М.04.ДВ.02	**Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)**	**Б1.В**		**4**			3	**3**		**108**	**108**	**12.05**	**95.95**	
-	К.М.04.ДВ.02.01	Методы анализа текстов и опросные методы исследования аудитории	Б1.В		4			3	3	36	108	108	12.05	95.95	
+	К.М.04.ДВ.02.02	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	Б1.В		4			3	3	36	108	108	12.05	95.95	
+	К.М.05	**Модуль практической языковой подготовки**	**К.М**	**4**	**2**		**11223 344**	8	**8**		**288**	**288**	**82.8**	**171.7**	**33.5**
+	К.М.05.01	Деловой иностранный (английский) язык	Б1.О	4	2		112233 44	8	8	36	288	288	82.8	171.7	33.5
		Блок 2.Практика						30	30		1080	1080	25	1055	
		Обязательная часть						27	27		972	972	24	948	
+	Б2.О.01(Н)	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	Б2.О		3	124		12	12	36	432	432	18	414	
+	Б2.О.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	Б2.О			23		12	12	36	432	432	2	430	
+	Б2.О.03(Пд)	Производственная практика (преддипломная практика)	Б2.О			5		3	3	36	108	108	4	104	
		Часть, формируемая участниками образовательных отношений						3	3		108	108	1	107	
+	Б2.В.01(П)	Производственная практика (творческая практика)	Б2.В			1		3	3	36	108	108	1	107	
		Блок 3.Государственная итоговая аттестация						9	9		324	324	5	319	
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	Б3	5				3	3	36	108	108	2.5	105.5	
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	Б3			5		6	6	36	216	216	2.5	213.5	
		ФТД.Факультативы						18	18		648	648	121.8	526.2	
+	ФТД.01	Стилистика и редактирование научных текстов	ФТД		3			2	2	36	72	72	12.3	59.7	
+	ФТД.02	Современная американская реклама (на английском языке)	ФТД		2			3	3	36	108	108	14.3	93.7	
+	ФТД.03	Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке)	ФТД		3			2	2	36	72	72	12.3	59.7	
+	ФТД.04	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО	ФТД		2			2	2	36	72	72	18.3	53.7	
+	ФТД.ДВ.01	**Второй иностранный язык**	**ФТД**			**4**		6	**6**		**216**	**216**	**48.3**	**167.7**	
+	ФТД.ДВ.01.01	Второй иностранный (немецкий) язык	ФТД			4		6	6	36	216	216	48.3	167.7	
-	ФТД.ДВ.01.02	Второй иностранный (французский) язык	ФТД			4		6	6	36	216	216	48.3	167.7	
-	ФТД.ДВ.01.03	Второй иностранный (испанский) язык	ФТД			4		6	6	36	216	216	48.3	167.7	
+	ФТД.ДВ.02	**Третий иностранный язык**	**ФТД**		**4**			3	**3**		**108**	**108**	**16.3**	**91.7**	
+	ФТД.ДВ.02.01	Третий иностранный (польский) язык	ФТД		4			3	3	36	108	108	16.3	91.7	
-	ФТД.ДВ.02.02	Третий иностранный (сербский) язык	ФТД		4			3	3	36	108	108	16.3	91.7	
-	ФТД.ДВ.02.03	Третий иностранный (венгерский) язык	ФТД		4			3	3	36	108	108	16.3	91.7	
-	ФТД.ДВ.02.04	Третий иностранный (арабский) язык	ФТД		4			3	3	36	108	108	16.3	91.7	
-	ФТД.ДВ.02.05	Третий иностранный (турецкий) язык	ФТД		4			3	3	36	108	108	16.3	91.7	

Курс 1

Индекс	Сем.1 з.е.	Итого	Лек	Пр	Сем	КСР	Конс	КЗ	СР	КЭ	Контроль	Сем.2 з.е.	Итого	Лек	Пр	Сем	КСР	Конс	КЗ	СР	КЭ	Контроль
Блок 1.Дисциплины (модули)	3	108	6		6			0.3	95.7													
Обязательная часть	3	108	6		6			0.3	95.7													
Б1.О.01	3	**108**	**6**		**6**			**0.3**	**95.7**													
Б1.О.01.01	3	108	6		6			0.3	95.7													
Б1.О.01.02																						
К.М.Комплексные модули	15	540	36	32	18			0.65	417.35	2.5	33.5	16	576	14	50	22			0.35	381.65	7.5	100.5
К.М.01	8	**288**	**16**	**10**	**8**			**0.65**	**253.35**													
К.М.01.01	3	108	6	4	2			0.3	95.7													
К.М.01.02	3	108	6	4	2			0.3	95.7													
К.М.01.ДВ.01																						
К.М.01.ДВ.01.01																						
К.М.01.ДВ.01.02																						
К.М.01.ДВ.02	2	**72**	**4**	**2**	**4**			**0.05**	**61.95**													
К.М.01.ДВ.02.01	2	72	4	2	4			0.05	61.95													
К.М.01.ДВ.02.02	2	72	4	2	4			0.05	61.95													
К.М.02																						
К.М.02.01																						
К.М.02.02																						
К.М.03																						
К.М.03.02																						
К.М.03.ДВ.01																						
К.М.03.ДВ.01.01																						
К.М.03.ДВ.01.02																						
К.М.04	6	**216**	**20**	**6**	**10**				**144**	**2.5**	**33.5**	13	**468**	**14**	**26**	**22**			**0.05**	**297.95**	**7.5**	**100.5**
К.М.04.01																						
К.М.04.02	1	36	6		2				28			3	108		6	6				60	2.5	33.5
К.М.04.03												4	144	10	8	8				82	2.5	33.5
К.М.04.05																						
К.М.04.06																						
К.М.04.07																						
К.М.04.08	4	144	6	6	8				88	2.5	33.5											
К.М.04.09																						
К.М.04.10																						
К.М.04.11																						
К.М.04.12	1	36	8						28			3	108		8	4				60	2.5	33.5
К.М.04.ДВ.01												3	**108**	**4**	**4**	**4**			**0.05**	**95.95**		
К.М.04.ДВ.01.01												3	108	4	4	4			0.05	95.95		
К.М.04.ДВ.01.02												3	108	4	4	4			0.05	95.95		
К.М.04.ДВ.02																						
К.М.04.ДВ.02.01																						
К.М.04.ДВ.02.02																						
К.М.05	1	**36**		**16**					**20**			3	**108**		**24**				**0.3**	**83.7**		
К.М.05.01	1	36		16					20			3	108		24				0.3	83.7		
Блок 2.Практика	6	216				1			215			9	324					7		317		
Обязательная часть	3	108							108			9	324					7		317		
Б2.О.01(Н)	3	108							108			3	108					6		102		
Б2.О.02(П)												6	216					1		215		
Б2.О.03(Пд)																						
Часть, формируемая участниками образовательных отношений	3	108				1			107													
Б2.В.01(П)	3	108				1			107													
Блок 3.Государственная итоговая аттестация																						
Б3.01(Г)																						
Б3.02(Д)																						
ФТД.Факультативы	2	72	8	12					52			5	180	8	22	6			0.6	143.4		
ФТД.01																						
ФТД.02	1	36	8						28			2	72			6			0.3	65.7		
ФТД.03																						
ФТД.04												2	72	8	10				0.3	53.7		
ФТД.ДВ.01	1	**36**		**12**					**24**			1	**36**		**12**					**24**		
ФТД.ДВ.01.01	1	36		12					24			1	36		12					24		
ФТД.ДВ.01.02	1	36		12					24			1	36		12					24		
ФТД.ДВ.01.03	1	36		12					24			1	36		12					24		
ФТД.ДВ.02																						
ФТД.ДВ.02.01																						
ФТД.ДВ.02.02																						
ФТД.ДВ.02.03																						
ФТД.ДВ.02.04																						
ФТД.ДВ.02.05																						

Курс 2

Индекс	Сем.3 з.е.	Итого	Лек	Пр	Сем	КСР	Конс	КЗ	СР	КЭ	Контроль	Сем.4 з.е.	Итого	Лек	Пр	Сем	КСР	Конс	КЗ	СР	КЭ	Контроль
Блок 1.Дисциплины (модули)	2	72	4	6				0.3	61.7													
Обязательная часть	2	72	4	6				0.3	61.7													
Б1.О.01	2	**72**	**4**	**6**				**0.3**	**61.7**													
Б1.О.01.01																						
Б1.О.01.02	2	72	4	6				0.3	61.7													
К.М.Комплексные модули	16	576	38	26	20			0.35	419.65	5	67	20	720	20	50	22			0.7	519.3	7.5	100.5
К.М.01	2	**72**	**4**	**2**	**4**			**0.05**	**61.95**													
К.М.01.01																						
К.М.01.02																						
К.М.01.ДВ.01	2	**72**	**4**	**2**	**4**			**0.05**	**61.95**													
К.М.01.ДВ.01.01	2	72	4	2	4			0.05	61.95													
К.М.01.ДВ.01.02	2	72	4	2	4			0.05	61.95													
К.М.01.ДВ.02																						
К.М.01.ДВ.02.01																						
К.М.01.ДВ.02.02																						
К.М.02	3	**108**	**6**	**2**	**4**			**0.3**	**95.7**													
К.М.02.01	3	108	6	2	4			0.3	95.7													
К.М.02.02																						
К.М.03												3	**108**	**4**	**6**	**4**			**0.05**	**93.95**		
К.М.03.02																						
К.М.03.ДВ.01												3	**108**	**4**	**6**	**4**			**0.05**	**93.95**		
К.М.03.ДВ.01.01																						
К.М.03.ДВ.01.02												3	108	4	6	4			0.05	93.95		
К.М.04	10	**360**	**28**	**6**	**12**				**242**	**5**	**67**	14	**504**	**16**	**20**	**18**			**0.65**	**377.35**	**5**	**67**
К.М.04.01	4	144	6	4	6				92	2.5	33.5											
К.М.04.02																						
К.М.04.03																						
К.М.04.05	1	36	6						30			3	108	2	4	4				62	2.5	33.5
К.М.04.06																						
К.М.04.07												3	108	8	2	4			0.3	93.7		
К.М.04.08																						
К.М.04.09	1	36	6						30			3	108	2	4	4				62	2.5	33.5
К.М.04.10	1	36	4		2				30			2	72		6	2			0.3	63.7		
К.М.04.11	3	108	6	2	4				60	2.5	33.5											
К.М.04.12																						
К.М.04.ДВ.01																						
К.М.04.ДВ.01.01																						
К.М.04.ДВ.01.02																						
К.М.04.ДВ.02												3	**108**	**4**	**4**	**4**			**0.05**	**95.95**		
К.М.04.ДВ.02.01												3	108	4	4	4			0.05	95.95		
К.М.04.ДВ.02.02												3	108	4	4	4			0.05	95.95		
К.М.05	1	**36**		**16**					**20**			3	**108**		**24**					**48**	**2.5**	**33.5**
К.М.05.01	1	36		16					20			3	108		24					48	2.5	33.5
Блок 2.Практика	9	324					1		323			3	108					12		96		
Обязательная часть	9	324					1		323			3	108					12		96		
Б2.О.01(Н)	3	108							108			3	108					12		96		
Б2.О.02(П)	6	216					1		215													
Б2.О.03(Пд)																						
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																						
Б2.В.01(П)																						
Блок 3.Государственная итоговая аттестация																						
Б3.01(Г)																						
Б3.02(Д)																						
ФТД.Факультативы	6	216	12	12	12			0.6	179.4			5	180		28				0.6	151.4		
ФТД.01	2	72	6		6			0.3	59.7													
ФТД.02																						
ФТД.03	2	72	6		6			0.3	59.7													
ФТД.04																						
ФТД.ДВ.01	2	**72**		**12**					**60**			2	**72**		**12**				**0.3**	**59.7**		
ФТД.ДВ.01.01	2	72		12					60			2	72		12				0.3	59.7		
ФТД.ДВ.01.02	2	72		12					60			2	72		12				0.3	59.7		
ФТД.ДВ.01.03	2	72		12					60			2	72		12				0.3	59.7		
ФТД.ДВ.02												3	**108**		**16**				**0.3**	**91.7**		
ФТД.ДВ.02.01												3	108		16				0.3	91.7		
ФТД.ДВ.02.02												3	108		16				0.3	91.7		
ФТД.ДВ.02.03												3	108		16				0.3	91.7		
ФТД.ДВ.02.04												3	108		16				0.3	91.7		
ФТД.ДВ.02.05												3	108		16				0.3	91.7		

Курс 3 (Семестр 6 — з.е., Итого, Лек, Пр, Сем, КСР, Конс, КЗ, СР, КЭ, Контроль — не заполнен)

Индекс	Сем.5 з.е.	Итого	Лек	Пр	Сем	КСР	Конс	КЗ	СР	КЭ	Контроль
К.М.Комплексные модули	9	324	18	14	18			0.6	237.4	2.5	33.5
К.М.02	2	**72**	**4**	**6**	**4**			**0.3**	**57.7**		
К.М.02.02	2	72	4	6	4			0.3	57.7		
К.М.03	3	**108**	**6**	**4**	**6**			**0.3**	**91.7**		
К.М.03.02	3	108	6	4	6			0.3	91.7		
К.М.03.ДВ.01.01	3	108	4	6	4			0.05	93.95		
К.М.04	4	**144**	**8**	**4**	**8**				**88**	**2.5**	**33.5**
К.М.04.06	4	144	8	4	8				88	2.5	33.5
Блок 2.Практика	3	108					4		104		
Обязательная часть	3	108					4		104		
Б2.О.03(Пд)	3	108					4		104		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация	9	324					2		319	3	
Б3.01(Г)	3	108							105.5	2.5	
Б3.02(Д)	6	216					2		213.5	0.5	

Индекс	Закрепленная кафедра: Код	Наименование	Компетенции
Б1.О.01			**УК-1; УК-2; УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-6; ПК-7**
Б1.О.01.01	35	Кафедра философии, истории и	УК-1; ОПК-3
Б1.О.01.02	26	Кафедра мировой экономики и информатики	УК-2; ОПК-6
К.М.01			**УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-6; ПК-7**
К.М.01.01	35	Кафедра философии, истории и теории социальной коммуникации	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-3; ПК-6; ПК-7
К.М.01.02	28	Кафедра рекламы, связей с	ОПК-2; ОПК-5; ПК-1; ПК-7
К.М.01.ДВ.01			**УК-5; ПК-2**
К.М.01.ДВ.01.01	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-5; ПК-2
К.М.01.ДВ.01.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-3; ПК-2
К.М.01.ДВ.02			**УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7**
К.М.01.ДВ.02.01	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
К.М.01.ДВ.02.02	33	Кафедра иностранных языков Института русского языка	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
К.М.02			**УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6**
К.М.02.01	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
К.М.02.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
К.М.03			**ОПК-6; ОПК-7; ПК-6**
К.М.03.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	ОПК-6; ОПК-7; ПК-6
К.М.03.ДВ.01			**ПК-6; ПК-7**
К.М.03.ДВ.01.01	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	ПК-6; ПК-7
К.М.03.ДВ.01.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	ПК-6; ПК-7
К.М.04			**УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6**
К.М.04.01	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-2; ОПК-1; ПК-1
К.М.04.02	28	Кафедра рекламы, связей с	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4; ПК-6
К.М.04.03	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-3; ОПК-4; ПК-3
К.М.04.05	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-3; ПК-1; ПК-2
К.М.04.06	33	Кафедра иностранных языков Института русского языка	УК-2; ПК-4
К.М.04.07	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-2; ПК-4
К.М.04.08	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-2; УК-4; ПК-1
К.М.04.09	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-2; ПК-4
К.М.04.10	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
К.М.04.11	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-1; ПК-5
К.М.04.12	28	Кафедра рекламы, связей с	УК-2; ПК-4; ПК-6
К.М.04.ДВ.01			**ПК-1; ПК-3; ПК-6**
К.М.04.ДВ.01.01	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	ПК-1; ПК-3; ПК-6
К.М.04.ДВ.01.02	28	Кафедра рекламы, связей с	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6
К.М.04.ДВ.02			**УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7**
К.М.04.ДВ.02.01	33	Кафедра иностранных языков Института русского языка	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
К.М.04.ДВ.02.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
К.М.05			**УК-4; ОПК-1**
К.М.05.01	34	Кафедра иностранных языков Высшей школы социальных наук	УК-4; ОПК-1
Б2.О.01(Н)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	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)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	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)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	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.01(П)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	ПК-6; ПК-7
Б3.01(Г)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	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(Д)	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	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.01	17	Кафедра преподавания русского языка как родного и иностранного	ПК-6; ПК-7
ФТД.02	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-4; ОПК-2; ОПК-3
ФТД.03	28	Кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма	УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК-4; ПК-6
ФТД.04	16	Кафедра методики преподавания иностранных языков, педагогики и психологии	УК-2; УК-3
ФТД.ДВ.01			**УК-5**
ФТД.ДВ.01.01	9	Кафедра теории и практики	УК-5
ФТД.ДВ.01.02	20	Кафедра теории и практики	УК-5
ФТД.ДВ.01.03	20	Кафедра теории и практики	УК-5
ФТД.ДВ.02			**УК-5**
ФТД.ДВ.02.01	33	Кафедра иностранных языков	УК-5
ФТД.ДВ.02.02	33	Кафедра иностранных языков	УК-5
ФТД.ДВ.02.03	33	Кафедра иностранных языков	УК-5
ФТД.ДВ.02.04	33	Кафедра иностранных языков	УК-5
ФТД.ДВ.02.05	33	Кафедра иностранных языков	УК-5

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01 Z РСО в СБ 2021.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2021

Индекс	пок/ част	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	Б1.О	Универсальный модуль	УК-1; УК-2; УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-6; ПК-7
Б1.О.01.01	Б1.О	История и методология науки	УК-1; ОПК-3
Б1.О.01.02	Б1.О	Информационное обеспечение проектной деятельности магистра	УК-2; ОПК-6
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
К.М		Комплексные 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
К.М.01	К.М	Модуль социально - гуманитарных дисциплин	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-6; ПК-7
К.М.01.01	Б1.О	Основы научных исследований в профессиональной сфере	УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-3; ПК-6; ПК-7
К.М.01.02	Б1.О	Правовое регулирование в сфере бизнеса	ОПК-2; ОПК-5; ПК-1; ПК-7
К.М.01.ДВ.01	Б1.В	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	УК-5; ПК-2
К.М.01.ДВ.01.01	Б1.В	Имидж и репутация коммерческого предприятия	УК-5; ПК-2
К.М.01.ДВ.01.02	Б1.В	Международный бизнес и предпринимательская культура	УК-3; ПК-2
К.М.01.ДВ.02	Б1.В	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
К.М.01.ДВ.02.01	Б1.В	Правовое регулирование рекламного рынка	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
К.М.01.ДВ.02.02	Б1.В	Правовое регулирование деятельности по связям с общественностью	УК-3; ПК-1; ПК-4; ПК-7
К.М.02	К.М	Модуль историко-филологических дисциплин	УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
К.М.02.01	Б1.О	Копирайтинг и рерайтинг текста	УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
К.М.02.02	Б1.О	Современная медиакультура в мире глобальных бизнес-коммуникаций	УК-5; УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ПК-6
К.М.03	К.М	Информационно-технологический модуль	ОПК-6; ОПК-7; ПК-6
К.М.03.02	Б1.О	Современные информационно-коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-6; ОПК-7; ПК-6
К.М.03.ДВ.01	Б1.В	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ПК-6; ПК-7
К.М.03.ДВ.01.01	Б1.В	Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
К.М.03.ДВ.01.02	Б1.В	Онлайн и офлайн-коммуникация в бизнес среде	ПК-6; ПК-7
К.М.04	К.М	Модуль общепрофессиональных дисциплин	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
К.М.04.01	Б1.О	Управление коммуникационными проектами	УК-2; ОПК-1; ПК-1
К.М.04.02	Б1.О	Разработка и продвижение контента	ОПК-4; ОПК-7; ПК-4; ПК-6
К.М.04.03	Б1.О	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	УК-3; ОПК-4; ПК-3

Индекс	пок/ част	Наименование	Формируемые компетенции
К.М.04.05	Б1.В	Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации	УК-3; ПК-1; ПК-2
К.М.04.06	Б1.В	Оценка эффективности компаний в рекламе и связях с общественностью	УК-2; ПК-4
К.М.04.07	Б1.В	Лоббирование и технологии GR	УК-2; ПК-4
К.М.04.08	Б1.В	Коммуникационный менеджмент	УК-2; УК-4; ПК-1
К.М.04.09	Б1.В	Медиапланирование в современной рекламной индустрии	УК-2; ПК-4
К.М.04.10	Б1.В	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	УК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
К.М.04.11	Б1.В	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-5
К.М.04.12	Б1.В	Бренд-менеджмент	УК-2; ПК-4; ПК-6
К.М.04.ДВ.01	Б1.В	Дисциплины и (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ПК-1; ПК-3; ПК-6
К.М.04.ДВ.01.01	Б1.В	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	ПК-1; ПК-3; ПК-6
К.М.04.ДВ.01.02	Б1.В	Менеджмент в инновационной сфере	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-6
К.М.04.ДВ.02	Б1.В	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
К.М.04.ДВ.02.01	Б1.В	Методы анализа текстов и опросные методы исследования аудитории	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
К.М.04.ДВ.02.02	Б1.В	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-7
К.М.05	К.М	Модуль практической языковой подготовки	УК-4; ОПК-1
К.М.05.01	Б1.О	Деловой иностранный (английский) язык	УК-4; ОПК-1
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)	Б2.О	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)	Б2.О	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)	Б2.О	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)	Б2.В	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(Г)	Б3	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

Индекс	пок/ част	Наименование	Формируемые компетенции
Б3.02(Д)	Б3	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-2; УК-3; УК-4; УК-5; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-4; ПК-6; ПК-7
ФТД.01	ФТД	Стилистика и редактирование научных текстов	ПК-6; ПК-7
ФТД.02	ФТД	Современная американская реклама (на английском языке)	УК-4; ОПК-2; ОПК-3
ФТД.03	ФТД	Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке	УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК-4; ПК-6
ФТД.04	ФТД	Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО	УК-2; УК-3
ФТД.ДВ.01	ФТД	Второй иностранный язык	УК-5
ФТД.ДВ.01.01	ФТД	Второй иностранный (немецкий) язык	УК-5
ФТД.ДВ.01.02	ФТД	Второй иностранный (французский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.01.03	ФТД	Второй иностранный (испанский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.02	ФТД	Третий иностранный язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.01	ФТД	Третий иностранный (польский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.02	ФТД	Третий иностранный (сербский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.03	ФТД	Третий иностранный (венгерский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.04	ФТД	Третий иностранный (арабский) язык	УК-5
ФТД.ДВ.02.05	ФТД	Третий иностранный (турецкий) язык	УК-5

Приложение 4.

Рабочая программа воспитания

<u>Цель воспитательной работы:</u> 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 проеты	Исполнители	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.Совершенствование системы студенческого самоуправления	1.1.Организация ипроведение системы психологических тренингов,интенсивов,семинаров и мастер-классов для студенческого актива	УВР, Зам. деканов по ВР, органы студенческого самоуправления	1.1.1Доля обучающихся, принявших участие в психологических тренингах,интенсивах,семинарах и мастер-классах	%	10	15	20	20	20
			1.1.2.Доля обучающихся,задействованных вдеятельности Студенческого совета НГЛУ	%	10	15	15	15	15

2.Развитие волонтерского движения	2.1.Реализация линейки проектов волонтерского центра НГЛУ «IvoLUNNteer» *(социальное, спортивное, событийное, лингвистическое волонтерство*) 2.2 Участие волонтеров НГЛУ в реализации федерального проекта «Мы вместе» 2.3.Проект по адаптации иностранных студентов	УВР, Зам. деканов по ВР, органы студенческого самоуправления Волонтерский центр НГЛУ Мультикультурный центр НГЛУ	2.1.1.Доля обучающихся,вовлеченныхв проекты волонтерского центра университета	%	20	25	30	35	40
3. Развитие студенческого спорта	3.1.Участие обучающихся НГЛУ в физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских, городских, региональных, окружных и федеральных	Кафедра физ. культуры и спорта, УВР,зам. деканов по ВР	3.1.1. Доля обучающихся, участвующих в физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских, городских, региональных,	%	20	20	20	20	20

			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 ипроведение мероприятий, направленных на укрепление межнациональ ных связей, пропаганду культурных ценностей народов,	УВР,Зам. деканов по воспитател ьной работе	4.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в кураторских часахпо 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

			4.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях, наукрепление межнациональ ныхсвязей, пропаганду культурных ценностей народов, проживающих врегионе, а также в мероприятиях, направленных назнакомство с культурой и традициями иностранных государств, чьи представители являются студентами НГЛУ	%	85	85	85	85	85
5.Создание университетской среды для реализации творческого потенциала, поддержки	5.1.Участие обучающихся в творческих фестивалях и конкурсах регионального, окружного и	УВР, Центр студенческ ого творчества, Руководите	5.1.1.Доля обучающихся, вовлеченных в участие творческих Фестивалях и						

талантливой молодежи и развития молодежной науки	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								
			5.1.2.Доля обучающихся, прошедших черезвыездных интенсивов для одаренных студентов, в т.ч. по направлениям научной деятельности и принявших участие в региональных, окружных и всероссийских научных конференциях иконкурсных мероприятиях	%	10	15	15	15	15
6.Создание собственного карьерного трека, развитиенавыков предпринимательской деятельности	6.1.Участие обучающихся в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального, окружного и всероссийского	УВР, Руководитель проектного офиса Карьера, Зам.декано в по ВР, зам.декано	6.1.1.Доля обучающихся, принявших участие в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального,	%	40	45	50	55	60

	уровней 6.2. Проведение индивидуального и группового консультирова ния студентов НГЛУ повопросам самопрезентации и профориентации 6.3.Участие обучающихся в тематических мероприятиях с работодателям и, профстажировках	в по профориен тации	окружного и всероссийского уровней						
			6.1.2. Доля обучающихся, прошедших индивидуально е игрупповое консультирова ние по вопросам самопрезентац ии и профориентаци и	%	50	50	50	50	50
7.Развитие у обучающихся чувств гражданственности и патриотизма	7.1.Реализация студенческих проектов патриотическо й направленност и 7.2.Совершенствов ание работы исторических объединений и клубов, ведущих историко-патриотическую и просветительску ю работу	УВР, Зам. деканов по воспитатель ной работе	7.1.1.Доля обучающихся, принявших участие в вузовских мероприятих патриотичес кой направленно сти	%	25	25	25	25	25

	7.3Участие обучающихся в мероприятиях патриотической направленности внутривузовского, городского, регионального, окружного и всероссийского уровней		7.1.2. Доля обучающихся, принявших участи в патриотических мероприятий и проектах внутривузовского,городского, регионального, окружного и всероссийскогоуровней	%	10	10	10	10	10
			7.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях по просветительской работе(экскурсии,экспозиции, квесты,квизы, лекции,диспут-клубы)	%	40	40	40	40	40
8.Обучение студентов навыкам проектной деятельности	8.1.Организация работы мастерской по написанию заявок на участие в	УВР,Центр студенческого творчества, Заместители деканов	8.1.1.Доля обучающихся, принявших участие в молодежных грантовых	%	50	65	70	75	80

	грантовых конкурсах реализации молодежных инициатив и проектов 8.2. Участие в молодежных грантовых конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней	по воспитательной работе	конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней						

Приложение 5

Календарный план по воспитательной работе НГЛУ

№	Дата проведения	Наименование мероприятия	Ответственные
1	1сентября	День знаний в НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
2	2сентября	Фотокросс "LUNN в твоем объективе"/ **Мероприятие в рамках Welcome week**	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
3	3сентября	Знакомство первокурсников с работой студенческих объединений НГЛУ **Мероприятие в рамках Welcome week**	
4		День солидарности в борьбе с терроризмом	
5	06 сентября 07 сентября	Знакомство первокурсников с работой Института непрерывного образования	
6	08 сентября 11.00-12.00	Мероприятие для старшекурсников от Центра Занятости «Навыки грамотного составления резюме» (zoom)	Помощник проректора по профориентационной деятельности
7	09 сентября 15.30	Организационное собрание Клуба 100-бальник	Помощник проректора по профориентационной деятельности
8	10 сентября	Кинопоказ	Управление по воспитательной работе
9	10 сентября по 10 ноября	Всероссийская межвузовские соревнования по фоновой ходьбе в рамках программы повышения физической актиности "человек идущий"(HOMO AMBULANS)	Кафедра физической культуры и спорта

10	12 сентября	Проведение единовременного флешмоба в день рождения князя Александра Невского, возложение цветов к памятным табличкам, объясняющим название улицы (проспекта, моста, парка и т.п.)	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
11	11, 18 сентября	Верёвочный курс для первокурсников	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
12	15-30 сентября	Пешая экскурсия по Нижнему Новгороду для иностранных студентов-первокурсников	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
13	15 сентября	Спортивные состязания в рамках "Дня Здоровья" среди первокурсников	Кафедра физической культуры и спорта
14	15 сентября 9.00-12.00	День профориентации (zoom)	Помощник проректора по профориентационной деятельности
15	2 декада сентября	Мероприятие ко "Дню пожилого человека" совместно с администрацией Нижегородского района	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, волонтёрский центр "iVOLUNN-teer", Нижегородская служба добровольцев (по согласованию)
16	сентябрь-ноябрь	Цикл экскурсий "Нижний Новгород.Очевидное и невероятное"	
17	20-26 сентября	Проведение мероприятий в рамках федеральной акции "Осенняя неделя добра"	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, волонтёрский центр "iVOLUNN-teer", Нижегородская служба добровольцев (по согласованию)

18	21-22 сентября	Всероссийская научно-практическая конференция «Антитеррористическая защищенность – основа безопасности детей и молодежи»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
19	23 сентября	Встреча студентов с представителями военного комиссариата Советского и Нижегородского районов г.Нижний Новгород	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
20	6-24 сентября	"Мой НГЛУ - моя история": цикл презентационных бесед сотрудников Музея истории НГЛУ с первокурсниками	Музей НГЛУ, Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
21	26 сентября 11.00	День открытых дверей	Помощник проректора по профориентационной деятельности, заместители деканов по профориентационной деятельности, Управление по воспитательной работе
22	30 сентября	Фестиваль творчества первокурсников "ДЕБЮТ"	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
23	30 сентября	Открытие Центра противодействия террористическим угрозам в общ № 2 НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
24	сентябрь-май	Заседания Клуба "100 бальник"	Помощник проректора по профориентационной деятельности
25	сентябрь - апрель	Дни проффесиональной ориентации	Помощник проректора по профориентационной деятельности
26	15 сентября-1 ноября	Социально-психологическое тестирование студентов первого курса высших школ и институтов, а также студентов, проживающих в общежитиях НГЛУ	Управление по воспитательной работе, деканы, заместители деканов высших школ, психолог
27	сентябрь-октябрь (по особому графику)	Психологическая адаптация первых курсов к условиям обучения в вузе	Управление по воспитательной работе, психолог

28	сентябрь-октябрь (по особому графику	Психологическая адаптация иностранных студентов	Управление по воспитательной работе, психолог
29	29 или 30 сентября	Торжественное открытие Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
30	30 сентября	Легкоатлетический кросс в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
31	1-15 октября	Дни первокурсника в высших школах НГЛУ	Студенческий Профком, профорги высших школова, заместители деканов по ВР
32	1-10 октября	Выборы органов студенческого самоуправления в высших школах (совет высшей школы)	Заместители деканов по ВР, Управление по воспитательной работе
33	5 октября	Праздничная концертная программа ко Дню Учителя	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
34	1-я декада октября	Встреча-беседа со студентами о вреде наркотических средств	Кафедра физической культуры и спорта
35	7 октября	Спортивно-туристический праздник для студентов 1 курса	Кафедра физической культуры и спорта
36	7-8 октября	Участие во Всероссийском молодежном форуме “Карьера +”	Помощник проректора по профориентационной деятельности, заместители деканов по профориентационной деятельности, Управление по воспитательной работе
37	19 октября	Конференция делегатов высших школ НГЛУ по выбору Студенческого совета Университета	Начальник Управления по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
38	21 октября	День первокурсника НГЛУ	Студенческий Профком, профорги высших школова, заместители деканов по ВР

39	октябрь	Организация и проведение квиза на платформе в формате игры-викторины. Подведение итогов онлайн-квиза на платформе		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
40	октябрь	Встреча с представителем ГУ МВД России по Нижегородской области		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
41	октябрь	День открытых дверей		Помощник проректора по профориентационной деятельности, заместители деканов по профориентационной деятельности, Управление по воспитательной работе
42	24-31 октября	Открытые студенческие игры Вузов приволжского федерального округа		Кафедра физической культуры и спорта
43	1-я декада ноября	Мини-футбол в рамках Спартакиады НГЛУ		Кафедра физической культуры и спорта
44	4 ноября	Торжественные мероприятия по случаю празднования Дня народного единства		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
45	8 ноября	**Марафон "Здоровый образ жизни"**	Антитеррористическая профилактическая беседа	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
46	10 ноября		Антинаркотическая профилактическая беседа	
47	12 ноября		Антикоррупционная профилактическая беседа	
48	11 ноября	**Встреча с психологом в рамках марафона "Здоровый образ жизни"**	Беседа на тему "Нехимические зависимости"	Управление по воспитательной работе, психолог
49	ноябрь	Отборочный этап межвузовского проекта по развитию студенческого самоуправления "СтудактивНО"		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР

50	ноябрь	Творческий фестиваль молодёжи Поволжья «Культурный регион»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества
51	ноябрь	Организация и обеспечение создания видеороликов, в которых обучающиеся ООВО выполняют определённое интеллектуальное или спортивное задание, связанное с подвигами Александра Невского	
52	ноябрь-апрель	Проектная школа обучения написания грантовых проектов	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
53	8-10 ноября	Школа волонтёрства НГЛУ "iVOLUNN-teer"	Управление по воспитательной работе, волонтёрский центр "iVOLUNN-teer", Региональный ресурсный центр развития добровольчества
54	24 ноября	Настольный теннис в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
55	Конец ноября	Юбилейный концерт Народного коллектива России Академического хора НГЛУ	Руководитель хора НГЛУ, Управление по воспитательной работе
56	декабрь	Профилактическая беседа «Как выявить вербовщика из террористической организации для студентов, проживающих в общежитии»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
57	1 декада декабря	Молодежный новогодний турнир по волейболу среди женских команд Вузов Нижнего Новгорода и Нижегородской области	Кафедра физической культуры и спорта
58	декабрь (по особому графику)	Цикл лекций и семинаров, посвящённых научному и научно-популярному осмыслению ряда актуальных проблем, выявленных в результате опроса студентов	Управление по воспитательной работе, психолог

59	13 декабря	Праздничная акция по случаю празднования Дня Конституции Российской Федерации	Центр студенческого творчества НГЛУ, заместители деканов по ВР
60	14-15 декабря	Волейбол в рамках Спартакиды НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
61	29 декабря	Новогодняя концертная программа НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
62	29 декабря	Новогодний турнир по волейболу среди сотрудников и преподавателей и сотрудников НГЛУ и НГТУ	Кафедра физической культуры и спорта
63	17-21 января	Городская акция "Студенческий десант" под эгидой УМВД России по Нижнему Новгороду	Управление по воспитательной работе
64	25 января	День студента в НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
65	10 февраля	Встреча с ветеранами войны в Афганистане	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
66	17 февраля	Фестиваль талантов "Выше полёт"	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
67	февраль	Участие в онлайн-квесте «Останови наркодилера!»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
68	февраль	День открытых дверей	Помощник проректора по профориентационной деятельности, заместители деканов по профориентационной деятельности, Управление по воспитательной работе
69	февраль (по особому графику)	Проведение социально-психологических тренингов со студентами	Управление по воспитательной работе, психолог

70	22 февраля	Студенческий флешмоб и цикл мероприятий по случаю празднования Дня защитника Отечества		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
71	28 февраля	Шахматы в рамках Спартакиады НГЛУ		Кафедра физической культуры и спорта
72	март-апрель	Подготовка концертной программы для отборочного этапа Нижегородского областного фестиваля студенческого творчества "Студенческая весна-2022"		Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
73	март	Конкурс на лучший плакат по антитеррору среди высших школ и институтов		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
74	5 марта	Праздничный концерт, посвящённый Международному женскому дню 8 марта		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества
75	7 марта	Молодежный "Женский" турнир по мини-футболу среди студенческих команд ВУЗов Нижнего Новгорода и Нижегородской области		Кафедра физической культуры и спорта
76	16 марта	Стритбол в рамках Спартакиады НГЛУ		Кафедра физической культуры и спорта
77	30-31 марта	Бадминтон в рамках Спартакиады НГЛУ		Кафедра физической культуры и спорта
78	март	Конкурс "Мистер и Мисс НГЛУ"		Студенческий Профком, профорги высших школова, заместители деканов по ВР
79	апрель (по особому графику)	Проведение социально-психологических тренингов со студентами		Управление по воспитательной работе, психолог
80	апрель	Гала-концерт Нижегородского областного фестиваля студенческого творчества "Студенческая весна-2022"		Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
81	11-15 апреля	**Марафон "Здоровый образ жизни"**	Антитеррористическая профилактическая беседа	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР

82			Антинаркотическая профилактическая беседа	
83			Антикоррупционная профилактическая беседа	
84	апрель	Встреч с представителем ГУ МВД России по Нижегородской области		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
85	20 апреля	Чирлидинг в рамках Спартакиады НГЛУ		Кафедра физической культуры и спорта
86	апрель	Последние звонки высших школ и институтов НГЛУ		Заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
87	27 апреля-11 мая	**Цикл мероприятий, посвящённых празднованию 77-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.**	Акция "Георгиевская ленточка"	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
88			"Я помню, я горжусь"	
89			"Поклонимся великим тем годам"	
90			Поздравление ветеранов с Днём Победы	
91			Вахта памяти	
92			Концерт, посвящённый Дню 93Победы	
93	апрель-май	Цикл экскурссий "Свежий взгляд на любимый город"		Управление по воспитательной работе
94	вторая половина мая	Выездные смены студенческого актива НГЛУ на базе СООЛ "Лингвист"		Управление по воспитательной работе
95	17 мая	Отчётный концерт студенческих объединений НГЛУ		Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ

96	17 мая	Легкоатлетическая эстафета в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
97	20 мая	Торжественное закрытие Спартакиады	Кафедра физической культуры и спорта
98	25 мая	Скандинавская ходьба для преподавателей и сотрудников НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
99	май	Профилактическая беседа «Как вести себя в ситуациях повышенной угрозы здоровью человека террористической организации для студентов, проживающих в общежитии»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
100	май	Просмотр тематических фильмов и видеоматериалов с последующим анализом контента в Центре противодействия террористическим угрозам	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
101	май (по особому графику)	Тренинги личностоного роста	Управление по воспитательной работе, психолог
102	конец июня	Выпускной вечер НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
103	в течение летних каникул	Выездные тематические смены для студентов НГЛУ на базе СООЛ "Лингвист"	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР