

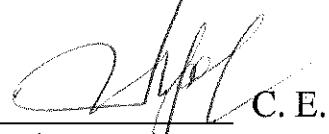
СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Союз предприятий печатной  
индустрии ГИПП (СППИ ГИПП)

Ректор Финансового университета

врио Президента,  
исполнительный директор



С. Е. Прокофьев  
(подпись)



П.П. Мирошников  
(подпись)

« 31 » января 2013 г.

« 8 » декабря 2012 г.

Образовательная программа высшего образования –  
программа магистратуры

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность «Медиабизнес»

Руководитель образовательной программы Молодцов И.Н., к.полит.н.

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Наименование организации-партнера Союз предприятий печатной индустрии, ГИПП

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Союз предприятий печатной  
индустрии ГИПП,  
(наименование организации)

Ректор Финансового университета

С.Е. Прокофьев

\_\_\_\_\_ (должность представителя работодателя)

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ И.О. Фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

(подпись)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 г.

Образовательная программа высшего образования –  
программа магистратуры

Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность «Медиабизнес»

Руководитель образовательной программы Молодцов И.Н., к.полит.н.

Департамент массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультета социальных наук и массовых коммуникаций

Факультет социальных наук и массовых коммуникаций

Наименование организации-партнера Союз предприятий печатной индустрии,  
ГИПП

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Общие сведения об образовательной программе высшего образования – программе магистратуры**

Образовательная программа высшего образования – программа магистратуры, реализуемая Финансовым университетом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (далее – программа магистратуры), разрабатывается и реализуется в соответствии с основными положениями Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» (от 29.12.2012 № 273-ФЗ) и на основе образовательного стандарта высшего образования федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (далее – ОС ВО ФУ) с учетом требований рынка труда.

Программа магистратуры представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практики, оценочных средств и методических материалов, рабочей программы воспитания, календарного плана воспитательной работы, форм аттестации и является адаптированной образовательной программой для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Каждый компонент программы магистратуры разработан в форме единого документа или комплекта документов. Порядок разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете установлен Финансовым университетом на основе Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 06.04.2021 №245). Информация о компонентах программы магистратуры размещена на официальном сайте Финансового университета в сети «Интернет», на образовательном портале.

### **1.2. Социальная роль, цели и задачи программы магистратуры**

Целью разработки программы магистратуры является методическое обеспечение реализации ОС ВО ФУ по данному направлению подготовки, организация и контроль учебного процесса, обеспечивающая воспитание и качество подготовки обучающихся, получающих квалификацию «магистр» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Социальная роль программы магистратуры состоит в формировании и развитии у студентов личностных и профессиональных качеств, позволяющих обеспечить требования ОС ВО ФУ.

Задачами программы магистратуры являются:

- реализация студентоцентрированного подхода к процессу обучения, формирование индивидуальных траекторий обучения;

- реализация компетентностного подхода к процессу обучения;
- расширение вариативности выбора студентами дисциплин в рамках избранной траектории обучения.

### **1.3. Направленность программы магистратуры**

Программа магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью имеет направленность «Медиабизнес».

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ**

Нормативный срок освоения программы магистратуры (очная форма обучения) – 2 года.

Трудоемкость программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц.

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

01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);

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

07 Административно-управленческая и офисная деятельность (по виду профессиональной деятельности 07.003 Управление персоналом организации в сфере организации горизонтальных и вертикальных коммуникаций в организации);

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

сфера рекламы и связей с общественностью, сбора, обработки, систематизации и обобщения публичной информации, ее анализа и распространения.

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

Магистры по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» способны решать следующие профессиональные задачи: управление внутренней коммуникацией для оптимизации бизнес-процессов; разработка стратегии формирования имиджа организации, взаимодействие с представителями СМИ; разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов; разработка стратегии продвижения товаров и услуг на рынок; разработка, производство, распространение рекламной продукции и многое другое.

Отличительная особенность программы – ее профессиональная практико-ориентированная направленность подготовки. Программа обучения строится на соединении дисциплин, образующих ядро классического социологического образования и современной управленческой теории. Она призвана обеспечить подготовку социологов, обладающих аналитическим мышлением, основанном на

глубоком знании социологии, математики, экономики и компьютерных технологий.

Организацией партнером является Союз предприятий печатной индустрии, ГИПП.

Выпускники программы подготовлены к тому, чтобы занять ведущие должностные позиции в различных организациях, а также успешно реализовывать себя в качестве прикладных исследователей процессов управления, управленческой деятельности; профессиональных аналитиков и консультантов, работающих в области управления сферы рекламы и связей с общественностью, в различных государственных, коммерческих и общественных организациях.

Основные потребители специалистов на рынке труда являются: органы государственной власти и местного самоуправления, аналитические центры, PR и GR подразделения компаний, средства массовой информации.

### **3. ТИПЫ ЗАДАЧ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА**

В рамках освоения программы магистратуры выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

авторский:

выбор и формулирование темы материала, поиск идей и планирование творческого процесса; сбор информации в работе с документами, с открытыми источниками, с опросами и интервью; проверка и анализ информации; создание коммуникационных продуктов, востребованных обществом и коммуникационными индустриями в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента, концепции события;

проектно-аналитический:

анализ среды коммуникационного проекта и определение заинтересованных сторон (стейкхолдеров);

обоснование идеи и определение требований к результату коммуникационного проекта;

выбор показателей и методов измерения коммуникационной эффективности проектного решения;

планирование, организация, реализация, мониторинг и контроль проектных работ в сфере медиабизнеса и (или) участие в них;

подготовка документации, определение функциональных обязанностей участников, расчет необходимых ресурсов для успешной реализации проекта;

организация информационной системы проекта;

организационно-управленческий:

анализ стейкхолдеров и факторов среды для коммуникационного сопровождения основной деятельности организации;

планирование мероприятий по срокам, бюджету и ресурсам для реализации коммуникационной стратегии;

организация взаимодействия со стейкхолдерами;

руководство проектной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;

управление внутренней коммуникацией для оптимизации бизнес-процессов, выбор эффективных медиаканалов для выхода на внешние целевые аудитории; производственно-технологический:

использование информационно-телекоммуникационных технологий для создания нового коммуникативного опыта; организация цифровых коммуникаций; подготовка и проведение интегрированных коммуникационных кампаний; информационно-коммуникативная деятельность в аппарате государственного управления, в политических партиях и общественных объединениях, в бизнес-структурах, международных организациях и средствах массовой информации;

планирование системы антикризисных коммуникаций и формирование коммуникационной команды для реагирования в кризисных ситуациях;

научно-исследовательский:

подготовка научных публикаций и участие в реализации научно-исследовательских проектов;

теоретико-методологическая деятельность по совершенствованию проектной работы;

организация научно-исследовательской работы в сфере рекламы и связей с общественностью;

педагогический:

преподавание дисциплин направленности программы на уровне среднего общего и среднего профессионального образования, высшего образования, программ дополнительного образования с применением базовых педагогических технологий, информационного оборудования, новейших подходов в обучении при соблюдении требований педагогической этики;

научно-методическое и учебно-методическое обеспечение реализации преподаваемых дисциплин.

#### **4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ**

В соответствии с ОС ВО ФУ выпускник, освоивший данную программу магистратуры, должен обладать следующими универсальными компетенциями и профессиональными компетенциями направления (общепрофессиональными компетенциями):

##### **Универсальные компетенции и индикаторы их достижения:**

Категория компетенции	Код и наименование универсальных компетенций выпускника программы магистратуры	Описание индикаторов достижения универсальных компетенций
Общенаучные	Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного	1.Использует методы абстрактного мышления, анализа информации и синтеза проблемных ситуаций, формализованных моделей процессов и явлений в профессиональной деятельности. 2. Демонстрирует способы осмысления и критического анализа проблемных ситуаций.

	подхода, выработке стратегии действий (УК-1)	3. Предлагает нестандартное решение проблем, новые оригинальные проекты, вырабатывает стратегию действий на основе системного подхода
Инструментальные	Способность применять коммуникативные технологии, владеть иностранным языком на уровне, позволяющем осуществлять профессиональную и исследовательскую деятельность, в т.ч. в иноязычной среде (УК-2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использует коммуникативные технологии, включая современные, для академического и профессионального взаимодействия.</li> <li>2. Общается на иностранном языке в сфере профессиональной деятельности и в научной среде в письменной и устной форме.</li> <li>3. Выступает на иностранном языке с научными докладами / презентациями, представляет научные результаты на конференциях и симпозиумах; участвует в научных дискуссиях и дебатах.</li> <li>4. Демонстрирует владение научным речевым этикетом, основами риторики на иностранном языке, навыками написания научных статей на иностранном языке.</li> <li>5. Работает со специальной иностранной литературой и документацией на иностранном языке.</li> </ol>
Социально-личностные	Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Объективно оценивает свои возможности и требования различных социальных ситуаций, принимает решения в соответствии с данной оценкой и требованиями.</li> <li>2. Актуализирует свой личностный потенциал, внутренние источники роста и развития собственной деятельности.</li> <li>3. Определяет приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач.</li> <li>4. Определяет и демонстрирует методы повышения эффективности собственной деятельности.</li> </ol>
	Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия, учитывая разнообразие культур (УК-4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Демонстрирует понимание разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.</li> <li>2. Выстраивает межличностные взаимодействия путем создания общепринятых норм культурного самовыражения.</li> <li>3. Использует методы построения конструктивного диалога с представителями разных культур на основе взаимного уважения, принятия разнообразия культур и адекватной оценки партнеров по взаимодействию.</li> </ol>
	Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организует работу в команде, ставит цели командной работы.</li> <li>2. Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели на основе задач и методов их решения.</li> <li>3. Принимает ответственность за принятые организационно-управленческие решения.</li> </ol>

Системные	Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6)	<p>1. Применяет основные инструменты планирования проекта, в частности, формирует иерархическую структуру работ, расписание проекта, необходимые ресурсы, стоимость и бюджет, планирует закупки, коммуникации, качество и управление рисками проекта и др.</p> <p>2. Осуществляет руководство исполнителями проекта, применяет инструменты контроля содержания и управления изменениями в проекте, реализует мероприятия по обеспечению ресурсами, распределению информации, подготовке отчетов, мониторингу и управлению сроками, стоимостью, качеством и рисками проекта.</p>
	Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7)	<p>1. Применяет методы прикладных научных исследований.</p> <p>2. Самостоятельно изучает новые методики и методы исследования, в том числе в новых видах профессиональной деятельности.</p> <p>3. Выдвигает самостоятельные гипотезы.</p> <p>4. Оформляет результаты исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.</p>

Перечень профессиональных компетенций направления, определяющих общепрофессиональную подготовку выпускника Финансового университета по данному направлению подготовки, индикаторы достижения профессиональных компетенций направления

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций направления	Код и наименование профессиональных компетенций направления выпускника программы магистратуры	Описание индикаторов достижения профессиональных компетенций направления
Продукт профессиональной деятельности	Способность планировать, организовывать и координировать процесс создания коммуникационных продуктов, востребованных обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента, концепции события с учетом норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ПКН -1)	<p>1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента и концепции события.</p> <p>2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>
	Способность подготавливать и реализовывать коммуникационные проекты как научно обоснованные нестандартные решения по сопровождению основной деятельности организации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	<p>1. Обосновывает разработку проектных решений по сопровождению основной деятельности организации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.</p>



	иностранных языков, особенностей иных знаковых систем (ПКН -2)	2. Организует исполнение работ, обеспечение ресурсами и приемку результата коммуникационного проекта.
Общество и государство	Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию по сопровождению основной деятельности организации с учетом анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов и осуществлять эффективные, в том числе антикризисные, коммуникации (ПКН-3)	1. Обеспечивает соответствие задач организации и задач коммуникации в процессе стратегического планирования коммуникационных активностей с учетом актуального и прогнозируемого состояния внешней среды. 2. Реализует коммуникационную стратегию на основе общей стратегии, годового, квартального, месячного плана мероприятий.
	Способность обеспечивать соответствие принимаемых решений и действий в рамках профессиональной деятельности трансформирующимся требованиям рынка (ПКН-4)	1. Проектирует индивидуальную образовательную траекторию и стратегию по развитию профессиональной карьеры с учетом тенденций изменения внешней среды. 2. Владеет технологиями персональной эффективности, включая управление здоровьем, временем и мотивацией.
Культура	Способность анализировать и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов, ориентироваться в актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-5)	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий. 2. Использует этнические, конфессиональные, территориальные символы для репрезентации формы и содержания коммуникационных продуктов.
Аудитория	Способность проводить маркетинговые и медиаисследования (анализ целевой аудитории, анализ медиапотребления, анализ связи маркетинговых и медиапараметров) в целях прогнозирования и удовлетворения спроса и потребностей общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности (ПКН-6)	1. Моделирует целевые аудитории как группы людей в рамках определенного сообщества, с которым организация планирует сотрудничать, строить отношения или оказывать влияние. 2. Определяет базовые отношения, мнения и модели

		поведения исследуемых целевых аудиторий.
Медиакоммуникационная система	Способность для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем и использовать в профессиональной деятельности актуальный набор средств массовой информации региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ПКН-7)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления.</li> <li>2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования.</li> </ol>
Технологии	Способность отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-8)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использует оборудование и программное обеспечение для производства коммуникационных продуктов.</li> <li>2. Адаптирует коммуникационные продукты под требования каналов распространения массовой информации.</li> </ol>
	Способность управлять интегрированными коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, и оценивать эффективность продвижения, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций и работе антикризисной команды (ПКН-9)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использует информационно-телекоммуникационные технологии для обеспечения представительства организации в цифровой среде и мониторинга отношений со стороны заинтересованных сторон (стейкхолдеров).</li> <li>2. Разрабатывает стратегию продвижения в интернет, включая настройку и проведение рекламных кампаний.</li> </ol>
Эффекты	Способность создавать в интересах организации долгосрочные последствия коммуникационных активностей, влияющих через обеспечение доступности и достоверности информации на общественное мнение, социальный капитал и устойчивость связей со стейкхолдерами, на коллективные ценности и механизмы продуктивной коммуникации (ПКН-10)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Организует интегрированные коммуникационные активности с учетом особенностей целевых аудиторий и задач коммуникационного сопровождения основной деятельности организации.</li> <li>2. Приводит подтверждения, что коммуникационная кампания повлияла на целевые аудитории, создав долгосрочные и устойчивые отношения со</li> </ol>

		стейкхолдерами в интересах организации.
	Способность проводить оценку эффективности профессиональной деятельности и прогнозировать эффекты и последствия в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности (ПКН-11)	1. Проводит количественные и качественные исследования общественного мнения, репутационный, коммуникационный и медиааудит, мониторинг информационного поля организации. 2. Определяет организационные и социальные изменения, созданные в процессах установления и улучшения отношений со стейкхолдерами организации.

Профессиональные компетенции направления могут формироваться дисциплинами (модулями) обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» и Блока 2 «Практика», а также могут получить дальнейшее развитие в ходе освоения дисциплин, входящих в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Универсальные компетенции могут формироваться дисциплинами обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», а также в период прохождения практики Блока 2 «Практика».

В виду отсутствия обязательных и рекомендуемых профессиональных компетенций в качестве профессиональных компетенций в программу магистратуры включены определенные самостоятельно **профессиональные компетенции**, исходя из направленности программы.

**Профессиональные компетенции** сформированы на основе профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников, путем отбора соответствующих обобщенных трудовых функций, относящихся к уровню квалификации, требующего освоения программы магистратуры (как правило, 7 уровень квалификации) и на основе анализа требований рынка труда, запросов социальных партнеров, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей, где востребованы выпускники с учетом направленности программы магистратуры:

Наименование направления подготовки с указанием направленности программы магистратуры	Наименование профессиональных стандартов и (или) наименование социальных партнеров	Код, наименование и уровень квалификации (далее – уровень) обобщенных трудовых функций, на которые ориентирована образовательная программа на основе профессиональных стандартов или	Наименование профессиональных компетенций (ПК) программы магистратуры, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции

		требований работодателей – социальных партнеров	
Направление подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес»	<p>Специалист по управлению персоналом, приказ Минтруда России от 06.10.2015 № 691н, зарегистрирован Минюстом России 19.10.2015, рег.№ 39362</p> <p>Союз предприятий печатной индустрии ГИПП (СППИ ГИПП) (Устав, зарегистрировано 10.11.1998)</p>	<p>Г Операционное управление персоналом и подразделением организации, уровень-7 Н Стратегическое управление персоналом организации, уровень-7</p> <p>Управляет внутренней коммуникацией с целью оптимизации бизнес-процессов, разрабатывает стратегии формирования имиджа организации. Разрабатывает стратегические концепции и бизнес-планы проектов. Выполняет работу по реализации политики организации в области связей с общественностью и отдельных ее этапов. Осуществляет постоянное взаимодействие и поддерживает контакты с представителями средств массовой информации и общественности, знакомит их с официальными решениями и приказами руководства организации, подготавливает ответы на официальные запросы, следит за своевременным распространением информационных материалов</p>	<p>Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1)</p> <p>Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)</p> <p>Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)</p> <p>Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4)</p> <p>Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)</p> <p>Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области</p>

		деятельности организации.	рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)
--	--	---------------------------	---------------------------------------------------------------------

### Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Наименование профессиональных компетенций	Индикаторы достижений профессиональных компетенций
Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с требованиями медиарынка.</li> <li>2. Разрабатывает стратегию интегрированных коммуникаций в соответствии с требованиями медиарынка.</li> <li>3. Контролирует обратную связь в коммуникации и своевременно изменяет коммуникационные стратегии в зависимости от реакции основных целевых аудиторий.</li> <li>4. Применяет стратегию сотрудничества с другими членами команды в проектной работе для достижения поставленной цели, эффективно участвует в обмене информацией, знаниями, опытом, и презентации результатов работы.</li> </ol>
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разрабатывает инновационные решения для стратегического развития деятельности в сфере медиабизнеса.</li> <li>2. Разрабатывает инновационные решения, адаптированные к специфике стратегического развития предприятия и отрасли.</li> </ol>
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии.</li> <li>2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям</li> </ol>
Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Осуществляет проектирование организационной структуры, распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования в сфере управления персоналом.</li> <li>2. Участвует в реализации программы организационных изменений.</li> <li>3. Использует коммуникативные инструменты для формирования проектной культуры сотрудников.</li> </ol>
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Конструирует сети и каналы взаимодействия с экспертным, сообществом, потребителями, партнерами, клиентами.</li> <li>2. Осуществляет эффективную коммуникацию с акторами информационного поля.</li> </ol>
Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Демонстрирует знание методов количественного и качественного</li> </ol>

планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью (ПК-6)	<p>исследования социума, медиаполя, работы с большими данными информации для анализа общественных связей, прогнозирует краткосрочные и долгосрочные риски и возможности общественного диалога.</p> <p>2. Использует сложившиеся алгоритмы создания кампаний для разработки и предложения собственных идей и оценки предложенных заказчиком мероприятий кампаний.</p> <p>3. Находит информацию в открытых источниках о текущей ситуации в конкретной социальной сфере, классифицирует ее по степени важности и достоверности.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Профессиональные компетенции могут формироваться в ходе освоения дисциплин, входящих в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», а также в период прохождения практики Блока 2 «Практика».

## **5. ДОКУМЕНТЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

### **5.1. Календарный учебный график**

Календарный учебный график является приложением к учебному плану, в котором в виде таблицы условными знаками (по неделям) отражены виды учебной деятельности: теоретическое обучение, практики, промежуточная аттестация, научно-исследовательская работа, государственная итоговая аттестация и периоды каникул.

### **5.2. Учебный план по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Учебный план по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью разработан в соответствии с ОС ВО ФУ, требованиями, определенными Порядком разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете и другими нормативными документами.

### **5.3. Рабочие программы дисциплин (модулей)**

В целях организации и ведения учебного процесса по программе магистратуры разработаны и утверждены рабочие программы дисциплин в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, и представлены отдельными документами.

### **5.4. Программа производственной практики**

В целях организации и проведения практики разработана и утверждена программа производственной практики в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, в Положении о практике обучающихся, осваивающих

образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата и программы магистратуры в Финансовом университете. Они представлены отдельными документами.

### **5.5. Программа государственной итоговой аттестации**

Программа государственной итоговой аттестации представлена программой государственного экзамена, перечнем компетенций выпускника, подлежащих оценке в ходе государственного экзамена и требованиями к выпускным квалификационным работам в соответствии с требованиями, определенными в Порядке организации и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ магистратуры в Финансовом университете, в Порядке проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата и программам магистратуры в Финансовом университете, в Положении о выпускной квалификационной работе по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете.

## **6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ**

### **6.1. Кадровое обеспечение реализации программы магистратуры**

Кадровый потенциал, обеспечивающий реализацию программы магистратуры, соответствует требованиям к наличию и квалификации научно-педагогических работников, установленным ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Руководитель образовательной программы: Молодцов Игорь Николаевич, к.полит.н.

Образовательный процесс осуществляется на Факультет социальных наук и массовых коммуникаций. Выпускающий департамент – Департамента массовых коммуникаций и медиабизнеса Факультет социальных наук и массовых коммуникаций.

### **6.2. Учебно-методическое обеспечение реализации программы магистратуры**

Программа магистратуры обеспечена учебно-методической документацией по всем дисциплинам.

В Финансовом университете создан библиотечно-информационный комплекс (далее – БИК), который оснащен компьютерной техникой. Локальная сеть БИК интегрируется в общеуниверситетскую компьютерную сеть с выходом в Интернет, что позволяет студентам обеспечивать возможность самостоятельной работы с информационными ресурсами on-line в читальных залах и медиатеках.

Электронные фонды БИК включают: электронную библиотеку Финансового университета, лицензионные полнотекстовые базы данных на русском и английском языках, лицензионные правовые базы, универсальный фонд CD, DVD ресурсов, статьи, учебные пособия, монографии. Фонд дополнительной литературы, помимо учебной, включает справочно-библиографические и периодические издания.

Фонд отражен в электронном каталоге БИК и представлен на информационно-образовательном портале. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к

электронной библиотеке. Доступ к полнотекстовым электронным коллекциям БИК открыт для пользователей из медиатек с любого компьютера, который входит в локальную сеть Финансового университета и имеет выход в Интернет, а также удаленно. Электронная библиотека и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают одновременный доступ не менее 25% обучающихся по программе. Электронные материалы доступны пользователям круглосуточно.

### **6.3. Материально-техническое обеспечение реализации программы магистратуры**

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 Финансового университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин, программах практик, формирование электронного портфолио обучающегося.

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).

Конкретные требования к материально-техническому обеспечению определяются в рабочих программах дисциплин.

### **6.4. Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры**

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 Минобрнауки России.