

СОГЛАСОВАНО

Союз предприятий печатной
индустрии ГИПП

(наименование организации)

исполнительный директор

(должность представителя работодателя)



В.В. Смоляков

(подпись)

« 13 » декабря 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Финансового университета



С.Е. Прокофьев

(подпись)

« 10 » января 2025 г.

**Образовательная программа высшего образования –
программа магистратуры**

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа: «Медиабизнес»

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

Кафедра 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 «Медиабизнес», 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 образовательную программу одноименной направленности «Медиабизнес».

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

Обучение по программе магистратуры осуществляется в очной форме.

Срок получения образования по программе магистратуры (вне зависимости от применяемых образовательных технологий) в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 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 42.04.01 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:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций выпускника	Описание индикаторов достижения универсальных компетенций
Общенаучные	Способность к абстрактному мышлению, критическому анализу проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегии действий (УК-1)	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. 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)	1. Использует коммуникативные технологии, включая современные, для академического и профессионального взаимодействия. 2. Общается на иностранном языке в сфере профессиональной деятельности и в научной среде в письменной и устной форме. 3. Выступает на иностранном языке с научными докладами / презентациями, представляет научные результаты на конференциях и симпозиумах; участвует в научных дискуссиях и дебатах. 4. Демонстрирует владение научным речевым этикетом, основами риторики на иностранном языке, навыками написания научных статей на иностранном языке. 5. Работает со специальной иностранной литературой и документацией на иностранном языке.
Социально-личностные	Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач, методы повышения ее эффективности (УК-3)	1.Объективно оценивает свои возможности и требования различных социальных ситуаций, принимает решения в соответствии с данной оценкой и требованиями. 2.Актуализирует свой личностный потенциал, внутренние источники роста и развития собственной деятельности. 3.Определяет приоритеты собственной деятельности в соответствии с важностью задач. 4. Определяет и демонстрирует методы повышения эффективности собственной деятельности.
	Способность к организации межличностных отношений и межкультурного взаимодействия,	1.Демонстрирует понимание разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальных компетенций выпускника	Описание индикаторов достижения универсальных компетенций
	учитывая разнообразие культур (УК-4)	2. Выстраивает межличностные взаимодействия путем создания общепринятых норм культурного самовыражения. 3.Использует методы построения конструктивного диалога с представителями разных культур на основе взаимного уважения, принятия разнообразия культур и адекватной оценки партнеров по взаимодействию.
	Способность руководить работой команды, принимать организационно-управленческие решения для достижения поставленной цели, нести за них ответственность (УК-5)	1.Организовывает работу в команде, ставит цели командной работы. 2.Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели на основе задач и методов их решения. 3. Принимает ответственность за принятые организационно-управленческие решения.
Системные	Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-6)	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. 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.
	Способность проводить научные исследования, оценивать и оформлять их результаты (УК-7)	1.Применяет методы прикладных научных исследований. 2.Самостоятельно изучает новые методики и методы исследования, в том числе в новых видах профессиональной деятельности. 3. Выдвигает самостоятельные гипотезы. 4.Оформляет результаты исследований в форме аналитических записок, докладов и научных статей.

Профессиональных компетенций направления и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций направления	Код и наименование профессиональных компетенций направления	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)	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента и концепции события. 2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
	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 (ПКН -2)	1. Обосновывает разработку проектных решений по сопровождению основной деятельности организации с учетом изменений норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем. 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	1. Использует опыт отечественной и мировой культуры для создания коммуникационных продуктов, работает с кодами медиакультуры целевых аудиторий.

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций направления	Код и наименование профессиональных компетенций направления	Описание индикаторов достижения профессиональных компетенций направления
	актуальных ценностях и тенденциях развития мировой и российской медиакультуры (ПКН-5)	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)	1. Организует взаимодействие со СМИ, лидерами мнений, цифровые коммуникации и публичные выступления. 2. Корректирует коммуникационные активности в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования.
Технологии	Способность отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-телекоммуникационные технологии для производства и распространения коммуникационных продуктов (ПКН-8)	1. Использует оборудование и программное обеспечение для производства коммуникационных продуктов. 2. Адаптирует коммуникационные продукты под требования каналов распространения массовой информации.
	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)	1. Использует информационно-телекоммуникационные технологии для обеспечения представительства организации в цифровой среде и мониторинга отношений со стороны заинтересованных сторон (стейкхолдеров). 2. Разрабатывает стратегию продвижения в интернет, включая настройку и проведение рекламных кампаний.
Эффекты	Способность создавать в интересах организации долгосрочные последствия коммуникационных	1. Организует интегрированные коммуникационные активности с учетом особенностей целевых

Наименование категории (группы) профессиональных компетенций направления	Код и наименование профессиональных компетенций направления	Описание индикаторов достижения профессиональных компетенций направления
	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)	аудиторий и задач коммуникационного сопровождения основной деятельности организации. 2. Приводит подтверждения, что коммуникационная кампания повлияла на целевые аудитории, создав долгосрочные и устойчивые отношения со 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 требований работодателей – социальных партнеров	Наименование профессиональных компетенций (ПК) программы магистратуры, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
Направление подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью, направленность программы магистратуры «Медиабизнес»	Специалист по управлению персоналом, приказ Минтруда России от 06.10.2015 № 691н, зарегистрирован Минюстом России 19.10.2015, рег.№ 39362 Союз предприятий печатной индустрии ГИПП (СППИ ГИПП) (Устав, зарегистрировано 10.11.1998)	G Операционное управление персоналом и подразделением организации, уровень-7 Н Стратегическое управление персоналом организации, уровень-7 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 о деятельности организации.	Способность определить коммуникационную стратегию и порядок ее реализации в сфере медиабизнеса (ПК-1) Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2) Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3) Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4) Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5) Способность консультировать по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с

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 требований работодателей – социальных партнеров	Наименование профессиональных компетенций (ПК) программы магистратуры, формирование которых позволяет выпускнику осуществлять обобщенные трудовые функции
			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)	1. Таргетирует коммуникационную кампанию в соответствии с требованиями медиарынка. 2. Разрабатывает стратегию интегрированных коммуникаций в соответствии с требованиями медиарынка. 3. Контролирует обратную связь в коммуникации и своевременно изменяет коммуникационные стратегии в зависимости от реакции основных целевых аудиторий. 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.
Способность разрабатывать инновационные решения для стратегического развития предприятия и отрасли (ПК-2)	1. Разрабатывает инновационные решения для стратегического развития деятельности в сфере медиабизнеса. 2. Разрабатывает инновационные решения, адаптированные к специфике стратегического развития предприятия и отрасли.
Способность использовать цифровые коммуникации для реализации коммуникационной стратегии (ПК-3)	1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии. 2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям
Способность осуществлять описание и распределение функций, полномочий и ответственности на основе организационного проектирования системы и процессов управления персоналом в сфере медиабизнеса (ПК-4)	1. Осуществляет проектирование организационной структуры, распределение полномочий и ответственности на основе их делегирования в сфере управления персоналом. 2. Участвует в реализации программы организационных изменений. 3. Использует коммуникативные инструменты для формирования проектной культуры сотрудников.
Способность выстроить взаимодействие с акторами информационного поля: экспертным сообществом, потребителями, партнерами, клиентами (ПК-5)	1. Конструирует сети и каналы взаимодействия с экспертным, сообществом, потребителями, партнерами, клиентами. 2. Осуществляет эффективную коммуникацию с акторами информационного поля.
Способность консультировать по	1. Демонстрирует знание методов количественного и

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

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. Программы учебной и производственной практики

В целях организации и проведения практики разработаны и утверждены программы учебной и 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 практической подготовке обучающихся федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». 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 ОС ВО ФУ по данному направлению подготовки.

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

Образовательный процесс осуществляется на Факультет социальных наук и массовых коммуникаций.

Выпускающая кафедра – кафедра 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.