

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Брянский государственный университет  
имени академика И.Г. Петровского»**

Институт русской и романо-германской филологии

Филологический факультет

Кафедра русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности  
Брянского государственного  
университета имени академика  
И.Г. Петровского

А.И. Калаша  
« 17 » \_\_\_\_\_ 2023 г.



**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 организационной и коммуникативной сферах

Уровень высшего образования

Магистратура

Форма обучения: очная

Срок освоения программы: 2 года

2023 год

## СОДЕРЖАНИЕ

### **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

### **Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

- 2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС
- 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

### **Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 3.1. Цель образовательной программы
- 3.2. Направленность (профиль) образовательной программы
- 3.3. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
- 3.4. Объем образовательной программы
- 3.5. Форма обучения
- 3.6. Срок получения образования

### **Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 4.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.3.1. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.3.2. Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.3.3. Специальные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

### **Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

- 5.1. Учебный план и календарный учебный график
- 5.2. Типы практики
- 5.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик
- 5.4. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам
- 5.5. Программа государственной итоговой аттестации

### **Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

- 6.1. Общесистемные требования к реализации образовательной программы
- 6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы
- 6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы
- 6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы
- 6.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- 6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы
- 6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов и обобщённых трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников

Приложение 2. Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности

Приложение 3. Учебный план и распределение компетенций

Приложение 4. Календарный учебный график

Приложение 5. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Приложение 6. Программы практик

Приложение 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям), практикам

Приложение 8. Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 9. Рецензия на ОПОП

## **Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП), реализуемая в Брянском государственном университете имени академика И.Г. Петровского (далее – БГУ, Университет) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) направленности (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах является комплексным учебно-методическим документом, разработанным на основе соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельностью выпускников.

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

### **1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП**

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;

Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования - магистратура, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528 (далее – ФГОС ВО);

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);

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;

Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383;

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 31.07.2020г. №860 «Об утверждении показателей, характеризующих общие критерии оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность по образовательным программам высшего образования»;

Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»;

Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности (Приложение 2).

### **1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте ОПОП**

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

УК – универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции;

ПС – профессиональный стандарт;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ТФ – трудовая функция;  
ТД – трудовое действие;  
ГИА – государственная итоговая аттестация.

## **Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

### **2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

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

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

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- производственно-технологический,
- организационно-управленческий,
- проектно-аналитический,
- научно-исследовательский,
- авторский.

Перечень основных объектов профессиональной деятельности выпускников (или областей знания):

- 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.

### **2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью:**

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

06.009 Профессиональный стандарт СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г. N 33973),

06.013 Профессиональный стандарт СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19.07.2022 № 420н, зарегистрировано в Минюсте России от 22 августа 2022 г. № 69714.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников образовательной программы по направлению подготовки, представлен в Приложении 1.

### 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
<p>06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой коммуникации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)</p>	<p>производственно - технологический</p>	<p>Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий</p>	<p>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</p>
	<p>организационно - управленческий</p>	<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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</p>
	<p>проектно - аналитический</p>	<p>Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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</p>
	<p>научно - исследовательский</p>	<p>Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт,</p>

		адаптированной методологии и методики	передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	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

### **Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

#### **3.1. Цель образовательной программы**

ОПОП имеет своей целью формирование у обучающихся совокупности универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, которая должна обеспечивать выпускнику способность осуществлять профессиональную деятельность в области профессиональной деятельности и не менее чем в одной сфере профессиональной деятельности, установленных ФГОС ВО, и решать задачи профессиональной деятельности не менее, чем одного типа, установленного ФГОС ВО.

В области воспитания целью ОПОП является оказание содействия формированию личности обучающегося на основе присущей российскому обществу системы ценностей, развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, конструктивной межличностной коммуникации, эффективной командной работе, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, ответственности, самостоятельности, гражданственности, толерантности.

Образовательная программа носит актуальный практико-ориентированный характер, направлена на профессиональную подготовку активного, конкурентоспособного специалиста нового поколения, знакомого с международными практиками рекламы и связей с общественностью, обладающего аналитическими навыками в организационной и коммуникативной сферах.

Программа обеспечивает формирование у магистрантов системных представлений о современной структуре индустрии рекламы и связей с общественностью, предусматривает исследование существующих и разработку новых методов и технологий рекламы и связей с общественностью, обоснование и оценку рекламы и связей с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

#### **3.2. Направленность (профиль) образовательной программы**

ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) направленности (профили) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

#### **3.3. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы**

Магистр.

#### **3.4. Объем образовательной программы**

Объем образовательной программы 120 зачетных единиц (далее – з.е.).

### 3.5. Форма обучения

Очная

### 3.6. Срок получения образования

2 года.

## Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 4.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.	УК-1.1. Знает: методы критического анализа и оценки современных научных достижений; основные принципы критического анализа.
		УК-1.2. Умеет: выбирать источники информации, адекватные поставленным задачам и соответствующие научному мировоззрению; рассматривать различные точки зрения на поставленную задачу в рамках научного мировоззрения и определять рациональные идеи; анализировать задачу, выделяя этапы её решения, действия по решению задачи; получать новые знания на основе анализа, синтеза и других методов.
		УК-1.3. Владеет: исследованием проблем профессиональной деятельности с применением анализа, синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-2.1. Знает: юридические основания для организации деятельности и представления её результатов; правовые нормы, предъявляемые к способам решения профессиональных задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; правовые нормы для оценки результатов решения задач.
		УК-2.2. Умеет: формулировать задачи в соответствии с целью проекта; определять имеющиеся ресурсы для достижения цели проекта; проверять и анализировать профессиональную документацию; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации деятельности; анализировать нормативную документацию.
		УК-2.3. Владеет: навыками аргументированного отбора и реализации различных способов решения задач в рамках цели проекта; публичного представления

		результатов решения задач исследования, проекта, деятельности.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-3.1. Знает: основы использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; основные условия эффективной командной работы; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации.
		УК-3.2. Умеет: определять свою роль в команде, стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности.
		УК-3.3. Владеет: навыками организации и управления командным взаимодействием в решении поставленных целей; участием в разработке стратегии командной работы; умением работать в команде, устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.); навыками планирования последовательности шагов для достижения заданного результата.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.	УК-4.1. Знает: принципы деловой коммуникации на государственном языке и иностранном(ых) языке(ах); коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; современные средства информационно-коммуникационных технологий.
		УК-4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном (ых) языке (ах) письменные тексты научного и официально-делового стилей речи; выбирать на русском и иностранном (ых) языке (ах) коммуникативно приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнёрами; выполнять перевод академических текстов с иностранного (ых) языка (ов) на государственный язык.
		УК-4.3. Владеет: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном (ых) языке (ах); представлением результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного	УК-5.1. Знает: основы социального взаимодействия, направленного на решение профессиональных задач; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения.
		УК-5.2.



	взаимодействия.	<p>Умеет: выстраивать взаимодействие с учетом национальных, этнокультурных и социокультурных особенностей; соблюдать требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей.</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	<p>УК-5.3. Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; способами преодоления коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; приемами толерантного и конструктивного взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач.</p> <p>УК-6.1. Знает: основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений.</p> <p>УК-6.2. Умеет: создавать и достраивать индивидуальную траекторию саморазвития при получении профессионального образования; определять свои личные ресурсы, возможности и ограничения для достижения поставленных и перспективных целей, приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.</p> <p>УК-6.3. Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности, перспективных целей деятельности с учетом личностных возможностей, требований рынка труда; способами принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыками планирования этапов карьерного роста.</p>

#### 4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс 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: процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-1.2. Умеет: отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК-1.3. Владеет: навыками планирования, организации и координирования процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
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. Знает: основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
		ОПК-2.2. Умеет: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.
		ОПК-2.3. Владеет: навыками прогнозирования основных тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
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: достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
		ОПК-3.2. Умеет: анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
		ОПК-3.3. Владеет: навыками прогнозирования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать	ОПК-4.1. Знает: методы анализа потребности общества и

	<p>потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты</p>	<p>интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>ОПК-4.2. Умеет: применять методы анализа потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>ОПК-4.3. Владеет: навыками прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p>
<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.1. Знает: тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p> <p>ОПК-5.2. Умеет: анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p> <p>ОПК-5.3. Владеет: навыками прогнозирования актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>
<p>Технологии</p>	<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Знает: процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>ОПК-6.2. Умеет: отбирать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>ОПК-6.3. Владеет: навыками внедрения в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p>
<p>Эффекты</p>	<p>ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает: эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ОПК-7.2. Умеет: оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p> <p>ОПК-7.3. Владеет: навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.</p>

### 4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

#### 4.3.1. Специальные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
<b>Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический</b>				
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 коммуникативный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-5 – способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК – 5.1. Знает: основы и специфику проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	06.013 Специалист по информационным ресурсам Код трудовой функции С/01.6, С/02.6, С/03.6, С/05.6,С/06.6.  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/02.6, В/03.6, В/04.6
			ПК – 5.2. Умеет: оценивать актуальность материалов на сайте и определение необходимости их обновления; документировать сведения о процессах и результатах выполнения работ различными исполнителями, а также работ по управлению (менеджменту) информационными ресурсами сайта; собирать дополнительные материалы; выбирать маркетинговые технологии и инструменты для донесения до потребителя необходимой информации; разрабатывать и обосновывать проекты ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ; формировать проект бюджета на реализации мероприятий по продвижению продукции СМИ.	
			ПК-5.3. Владеет: навыками формирования задания для устранения выявленных недостатков проекта; обработки результатов аналитической деятельности; анализа эффективности продвижения продукции СМИ; подготовки итоговой отчетности.	
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий</b>				
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникативный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам	ПК-3 - способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью процесса	ПК-3.1. Знает: функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства	06.013 Специалист по информационным ресурсам Код трудовой функции С/01.6, С/02.6, С/03.6, С/05.6,С/06.6.  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/02.6, В/03.6, В/04.6

	ам общественности		ПК-3.2. Умеет: Организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
			ПК-3.3. Владеет: навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.	

**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-4 - способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК – 4.1. Знает: методы и структуру процесса актуализации и расширения знаний по разработке авторского текста рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт.	06.013 Специалист по информационным ресурсам Код трудовой функции С/01.6, С/02.6, С/03.6, С/05.6,С/06.6.  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/02.6, В/03.6, В/04.6
			ПК – 4.2. Умеет: представлять (презентовать) продукцию СМИ; разрабатывать концепции продвижения продукции СМИ, формировать коммуникационные цели и маркетинговые стратегии; разрабатывать план мероприятий по продвижению продукции СМИ.	
			ПК – 4.3. Владеет: навыками организации проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия.	

**Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический**

Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой	ПК-1 – способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов	ПК – 1.1. Знает: основы и специфику разработки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	06.013 Специалист по информационным ресурсам Код трудовой функции С/01.6, С/02.6, С/03.6, С/05.6,С/06.6.  06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/02.6, В/03.6, В/04.6
---	---	--	---	---

ых технологий	информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПК – 1.2. Умеет: вводить, обрабатывать текстовые данные, обрабатывать графическую информацию, вести информационные базы данных; размещать информацию на сайте, заниматься поиском недостающей графической и (или) текстовой информации; перерабатывать тексты различной тематики (репайт); писать статьи, обзоры и другие тексты на заданную тематику (копирайтинг); заниматься поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов; подбором графических иллюстраций на веб-страницы для повышения конверсии; заниматься подготовкой необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ; определять целевую аудиторию потребителей продукции СМИ; организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции; анализировать эффективность продвижения продукции СМИ.</p> <p>ПК – 1.3. Владеет: навыками редактирования текстов и корректировка отображения веб-страниц ведение новостных лент и представительств в социальных сетях; составления кратких и развернутых текстов объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; модерирования обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях; формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ; организации представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях.</p>	
<b>Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский</b>				
Проведение научного исследования	текст рекламы и связей с общественностью и (или)	ПК-2 - способен проводить научное исследование в	ПК – 2.1. Знает: научные принципы, методологические основы научных исследований	06.013 Специалист по информации

<p>в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельного разработанной или адаптированной методологии и методик</p>	<p>иной коммуникативный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности</p>	<p>сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК – 2.2. Умеет: анализировать посещаемость сайта; выявлять наиболее популярные страницы; определять обобщенные характеристики аудитории сайта; анализировать оценки, замечания, жалобы и предложения посетителей сайта; оценивать эффективность работы сайта на основе имеющихся данных; анализировать на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; анализировать ситуацию на рынке услуг по реализации продукции СМИ.</p> <p>ПК – 2.3. Владеет: навыками поиска информации о новых товарах и услугах, других материалов для актуализации (пополнения) сайта новыми сведениями; навыками проведения мониторинга новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок; выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.</p>	<p>онным ресурсам код трудовой функции С/02.6, С/05.6, С/06.6.</p> <p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/04.6.</p>
---	---	---	--	---

## Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 5.1. Учебный план и календарный учебный график

Учебный план – документ, который определяет перечень, трудоёмкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, формы промежуточной аттестации обучающихся. В учебном плане выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее – контактная работа) по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

Структура программы включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

При реализации образовательной программы обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) (избираемых в обязательном порядке) и факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы). Избранные обучающимся элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

В рамках программы выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений. Объём обязательной части устанавливается ФГОС ВО.

При проектировании учебного плана использована модульная структура.

Учебный план и распределение компетенций представлены в Приложении 3 основной профессиональной образовательной программы.

Календарный учебный график устанавливает по годам обучения (курсам) последовательность реализации и продолжительность теоретического обучения, зачётно-экзаменационных сессий, практик, ГИА, каникул (Приложение 4).

Копии учебного плана и календарного учебного графика размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

## **5.2. Типы практики**

В Блок 2 «Практика» входят производственная практики (далее вместе – практики).

### **Обязательная часть (18 З.Е.)**

*Производственная практика (18 З.Е.)*

Производственная практика (научно-исследовательская работа) –3-ий семестр (3 З.Е.), 5 – ый семестр (3 З.Е.).

Производственная практика (научно-исследовательская практика) – 6 З.Е.

Производственная практика (преддипломная практика) - 6 З.Е.

### **Часть, формируемая участниками образовательных отношений (15 З.Е.)**

Производственная практика (профессионально-творческая практика) – 15 З.Е.

## **5.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик**

Копии рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и практик (Приложения 5,6), аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы) размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»). Место модулей в образовательной программе и входящих в них учебных дисциплин, практик определяется в соответствии с учебным планом.

## **Блок 1 «Дисциплины (модули)»**

### **Обязательная часть**

#### **Модуль «Социально-гуманитарный»**

##### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Методологические проблемы современной науки», «Теория массовых коммуникаций», «Организация командной работы и лидерство», «Методология и методы научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью», «История и философия науки») является распространенным в мировой практике способом формирования самосознания профессионалов в области образования и науки. Назначение модуля состоит в том, чтобы ввести студентов в круг философско-антропологических, социально-исторических, этико-культурных проблем, познакомить их с достижениями в познании закономерностей бытия человека и общества, сформировать универсальные компетенции. Модуль формирует у студентов способность к анализу и решению социально и лично значимых проблем, готовность занимать активную гражданскую позицию. В рамках данного модуля студент изучает классические и современные теории массовых коммуникаций в связи с практикой функционирования средств массовой коммуникации. Студент получает знания о структуре информационно-коммуникативного пространства, факторах, влияющих на его динамику, теориях эффектов массовой коммуникации, теориях и практике взаимодействия СМК с публикой. Студент знакомится с методиками, позволяющими мотивировать персонал на эффективное выполнение общей цели, способствовать выработке коллективных решений, дает характеристику технологиям создания благоприятной социально-психологической атмосферы в коллективе.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

УК-1; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7.

Общая трудоёмкость модуля 15 з.е.

##### Образовательные технологии



В образовательном процессе применяются технологии проблемного обучения, дискуссионного общения, развития критического мышления и др. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают решение кейс-задач, выполнение разноуровневых задач и заданий, творческих заданий и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

### **Модуль «Историко-филологический»**

#### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации», «История публичных коммуникаций») является распространенным в мировой практике способом формирования представлений о ключевых исторических периодах развития публичных коммуникаций и публичного дискурса. Назначение модуля состоит в том, чтобы ввести студентов в круг знаний, посвященных зарождению и развитию публичных коммуникаций, становлению и трансформации публичной сферы в качестве определяющего фактора возникновения профессиональных практик управления стратегическими и прикладными коммуникациями. Модуль формирует у студентов аналитических навыков, позволяющих выявлять и осмысливать причинно-следственные связи во взаимодействии общественных и государственных институтов, определять тенденции развития важнейших социальных факторов; формированию представлений о практиках и моделях управления публичными коммуникациями в контексте национальных и региональных различий; формированию умения анализировать процессы трансформации базовых элементов коммуникативных взаимодействий (источников, аудиторий, каналов). В рамках данного модуля студентом осуществляется достижение языковой компетенции, достаточной для практического использования иностранного языка, что предполагает: 1) свободное чтение специальной научной, публицистической и художественной литературы при минимальном использовании словаря; 2) извлечение основной информации из текста, прочитанного без словаря, и изложение ее на английском языке в виде пересказа, резюме или аннотации (устно), а также в виде реферата (письменно); 3) владение навыками ведения беседы по темам специальности, а также по общенаучным и бытовым темам. Результатом обучения должно являться владение основным изучаемым иностранным языком в его литературной форме (уровень B2, C1 по общеевропейской шкале компетенций владения иностранным языком).

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

УК-4; УК-5; ОПК-1; ОПК-2.

Общая трудоёмкость модуля 9 з.е.

#### Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются технологии проблемного обучения, дискуссионного общения, развития критического мышления и др. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают выполнение разноуровневых задач и заданий, упражнений, тестов, творческих заданий и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

### **Модуль «Общепрофессиональная подготовка»**

#### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Управление и бизнес-планирование коммуникационными проектами», «Разработка и реализация медиаконтента») является распространенным в мировой практике способом формирования у студентов корпуса знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять эффективный менеджмент коммуникационного предприятия /подразделения – отдела по рекламе, связям с общественностью; рекламного, PR, коммуникационного агентства. Назначение модуля состоит в том, чтобы подготовить обучающегося к эффективному управлению коммуникационным (рекламным, PR) предприятием/ подразделением в условиях роста конкуренции и усложнения коммуникационного рынка. В рамках данного модуля сформировать у студентов знания и умения анализа структуры современного коммуникационного рынка; сформировать знания, умения и навыки управления основными

бизнес-процессами коммуникационного предприятия / подразделения. В изучении модуля внимание уделяется формированию лояльности клиентов, обеспечению постоянства качества, долгосрочному стратегическому партнерству и концепции маркетинга отношений на предприятиях коммуникационной отрасли. Студент должен научиться использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности коммуникационного предприятия и достижению стратегических целей на рынке рекламы и связей с общественностью, овладеть навыками бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха предприятия, освоить технологии привлечения и удержания заказчиков. В рамках данного модуля студентом изучается проектно-технологическая процедура при создании и реализации проектов в области бизнес- и политических коммуникаций. У студента формируются технологические навыки подготовки в сфере коммуникаций, стимулируются креативные способности, умения творчески применять коммуникативные средства и методы и самостоятельно решать аналитические и практические задачи. В результате освоения модуля 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- и политических проектов. Студент получает знания об общих подходах и осваивает конкретные методы разработки и продвижения контента для разных типов медиакоммуникационных задач и каналов. Студент получает знания об основных типах контента как медиапродукта, методах их подготовки, особенностях задач для разных типов контента, технологиях решения творческих задач. Технологии решения творческих задач предполагают владение принципами создания текстового, аудиовизуального, мультимедийного продукта, игр, сервисов и приложений. В результате освоения модуля студент способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, с учетом особенностей аудитории и производственных задач.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций: УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

Общая трудоёмкость модуля 10 з.е.

#### Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются технологии групповой дискуссии, решения ситуационных задач, создания проектов. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают выполнение разноуровневых задач и заданий, упражнений, тестов, творческих заданий и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

### **Часть, формируемая участниками образовательных отношений**

#### **Модуль «Специальная профессиональная подготовка»**

##### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Современная медиаиндустрия и актуальные проблемы теории СМИ», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью», «Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО», «Филологическое обеспечение и профессиональная стилистика в сфере связей с общественностью и рекламы», «Правовое обоснование, планирование и бюджетирование в сфере рекламы и связей с общественностью») является распространенным в мировой практике способом формирования у студентов усвоение опыта реализации управленческих механизмов, формирование умений, позволяющих на комплексном корпоративном уровне осуществлять анализ процесса функционирования медиаструктур в современном мире, ознакомление с основными этапами, задачами и содержанием корпоративного управления в медиасфере. В результате обучения формируется представление о сущности корпоративного управления предприятиями коммуникационной сферы, а также о способах, методах и подходах к построению и организации процесса управления медиапредприятиями разных сфер деятельности и форм собственности. В процессе изучения дисциплины обучающийся должен развивать способность

оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности, в связи с чем особое внимание должно быть уделено изучению нормативно-правовых основ построения системы корпоративных коммуникаций и управления медиапредприятием. Должны быть рассмотрены базовые характеристики элементов корпоративных коммуникаций и управления медиапредприятием, способы оценки эффективности организации и реализации комплексной системы корпоративного управления, а также планирование и прогнозирование внутрифирменных и рыночных изменений позиций медиабизнеса при внедрении и реализации системы корпоративного управления. Обучающийся, успешно освоивший учебную дисциплину, должен быть способен управлять медиапроектом на всех этапах его жизненного цикла.

Студент должен научиться знаниям, умениям и навыкам, позволяющим осуществлять эффективный менеджмент коммуникационного предприятия /подразделения – отдела по рекламе, связям с общественностью; рекламного, PR, коммуникационного агентства. Модуль нацелен на подготовку студента к эффективному управлению коммуникационным (рекламным, PR)предприятием/ подразделением в условиях роста конкуренции и усложнения коммуникационного рынка. Обучающийся должен научиться использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности коммуникационного предприятия и достижению стратегических целей на рынке рекламы и связей с общественностью, овладеть навыками латерального бизнес-мышления для достижения коммерческого успеха предприятия, освоить технологии привлечения и удержания заказчиков.

Также назначение модуля состоит в том, чтобы сформировать у студентов представления о специфике социологических и маркетинговых исследований, техниках и методиках их проведения в определённой рыночной ситуации и в других средах; умения и навыки организации маркетинговых исследований в области СМИ и разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; умения и навыки организации основных методических приемов получения эмпирического знания о состоянии и развитии социальных явлений и процессов на основе количественных и качественных методов социологического исследования на уровне индивида, социальной группы и общества в целом.

Студент должен сформировать представления об этапах, принципах и методах технологии рекламы и связей с общественностью; познакомить с принципами и методами технологии рекламы и связей с общественностью; овладеть навыками технологии рекламы и связей с общественностью.

Также назначение модуля состоит в том, чтобы показать филологическую парадигму как базу для реализации профессиональной и деловой коммуникации специалиста-филолога; сформировать представление о сферах реализации профессиональных компетенций филолога; проанализировать особенности профессиональной и непрофессиональной коммуникации применительно к филологической парадигме.

Кроме того, данный модуль затрагивает вопросы правового регулирования рекламной деятельности, планирования и бюджетирования рекламы и связей с общественностью; рассматривает совокупность правовых норм, методов планирования и бюджетирования в рекламе.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:  
УК-2; УК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5.

Общая трудоёмкость модуля 21 з.е.

#### Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются технологии групповой дискуссии, решения ситуационных задач, создания проектов. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают выполнение разноуровневых задач и заданий, упражнений, тестов, творческих заданий и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

## **Модуль «Имиджевые технологии»**

### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Брендинг как инновационный инструмент продвижения», «Корпоративная и PR-культура современной организации», «Технологии антикризисных PR-коммуникаций», «Коммуникационный менеджмент», «Технологии GR-деятельности», «Репутационный менеджмент», «Управление репутацией в online-среде») является распространенным в мировой практике способом формирования у студентов теоретических знаний о бренде как основополагающей категории маркетинга и получение инновационных практических навыков, связанных с процессом управления брендом. Студент получит знания о методологии инструментов маркетингового управления, в частности, характера решений, относительно управления брендом компании; практическими навыками формирования, управления и продвижения брендом. У будущих специалистов будут сформированы представления о современной корпоративной культуре, о тех принципах, идеалах и ценностях, на которые она должна опираться, а также показать ее растущую роль в современном мире. А также проведен сравнительный анализ существующих корпоративных культур; изучена природа, структура, функции, основные понятия и ценности корпоративной PR-культуры; изучен соответствующий диагностический инструментарий и технологии, необходимые для исследования культуры организации; рассмотрены закономерности и принципы формирования и развития корпоративной культуры в организациях.

Назначение модуля состоит в том, чтобы сформировать у студентов представления об антикризисных связях с общественностью (антикризисный PR/Паблик Рилейшнз) как деятельности, регулирующей общественные процессы, как средства, разрешающего или смягчающего социальные, политические, экономические кризисные ситуации.

Студент должен научиться основам коммуникации; основам массовых коммуникаций, практике внутренней и внешней коммуникаций; истории становления и развития PR как области знания и деятельности, как функции менеджмента, как профессии, с анализом общественности как главного объекта коммуникативной деятельности. А также сформировать представления, знания и навыки в сфере взаимодействия государства и бизнеса; сформировать профессиональные навыки и знания GR-специалиста как формы профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Студент должен сформировать представление о сущности формирования делового имиджа компании, как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также ознакомить студентов с современными репутационными технологиями и дать навыки использования коммуникационных средств и коммуникативных приемов в корпоративном репутационном PR.

Кроме того, данный модуль затрагивает вопросы изучения эффективных PR-инструментов, используемых в digital media. Студент знакомится не только с продвижением продукта на рынке, спецификой создания бренда в цифровой среде, способами управления лояльностью и влиянием репутацию, но и изучает методы борьбы с негативным влиянием, принципы создания собственной конвергентной пресс-службы и редакции.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций: УК-1; ПК-1; ПК-3; ПК-4.

Общая трудоёмкость модуля 11 з.е.

### Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются технологии групповой дискуссии, решения ситуационных задач, создания проектов. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают выполнение разноуровневых задач и заданий, упражнений, тестов, творческих заданий, проектов и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

## **Модуль «Технологии в госуправлении и мировом пространстве»**

### Краткая характеристика модуля

Изучение дисциплин модуля («Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью», «PR в международном маркетинге», «PR в сфере госуправления и

технологии лоббирования», «Политконсалтинг», «Международный PR-консалтинг») является распространенным в мировой практике способом формирования у студентов углубленных представлений о феномене межкультурной (кросс-культурной) коммуникации в различных формах межкультурных связей от индивидуально-группового до межгосударственного уровня. Студент должен освоить формирование умений и навыков учета факторов межкультурной коммуникации в процессах планирования и реализации международных коммуникационных проектов; лучших коммуникационных практик (проекты) в сфере международных коммуникаций; достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.

Студент должен освоить и углубить теоретические знания студентов в области маркетинга изучением особенностей практического их использования в международной сфере и подготовке специалистов, компетентных в различных областях международного предпринимательства. А также основные особенности деятельности предприятия в сфере международного маркетинга, ограничения и возможности в международном маркетинге; особенности проведения международных маркетинговых исследований; стратегии выхода предприятий на международные рынки; особенности системы маркетинговых коммуникаций на международных рынках; способы оценки рисков деятельности при выходе на международные рынки. Студент будет владеть методиками анализа и прогнозирования состояния зарубежных рынков; навыками принятия решений о выходе на международные рынки; способами оценки перспектив улучшения позиций предприятия на международном рынке и в условиях глобальной конкуренции.

Студент должен освоить знания о сущности и основных элементах содержания понятия технологии лоббирования; формах и видах лоббирования; нормативно-правовых, организационно-технологических, и социально-политических компонентах процесса взаимоотношения с органами и структурами государственной власти; роли различных социальных субъектов в процессе взаимоотношения с государственными структурами. Должен уметь применять полученные теоретические положения курса при анализе современного лоббизма и лоббистской деятельности в России и за рубежом; должен владеть основными понятиями, основными способами анализа лоббистской деятельности; различными приемами исследования лоббистской деятельности; должен демонстрировать способность и готовность демонстрировать способность и готовность правильно оценивать интересы различных лоббистских структур, находить эффективные способы противодействия коррупции и бюрократизму.

Студент должен освоить знания теории политического консультирования и привитие навыков использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности. Освоить следующее содержание следующих вопросов: эволюция взглядов на консультирование; предпосылки и состояние различных видов консалтинга; национальные модели политического консалтинга; особенности деятельности политического консультанта во время избирательной кампании, планирование избирательной кампании, стратегия и тактика избирательной кампании, «информационные войны» в условиях избирательных кампаний; приёмы и методы упреждающего психологического воздействия, используемые в политическом общении; политический консалтинг в России и его место общей системе политических технологий. А также комплекс теоретических и прикладных знаний об основах консалтинга и мировой практике консалтинговых услуг.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций: ПК-4; ПК-5.

Общая трудоёмкость модуля 11 з.е.

#### Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются технологии групповой дискуссии, решения ситуационных задач, создания проектов. Задания для контактной и самостоятельной работы предусматривают выполнение разноуровневых задач и заданий, упражнений, тестов, творческих заданий и др.

Форма промежуточной аттестации по модулю не предусмотрена.

### **Факультативные дисциплины**

При реализации образовательной программы обучающимися обеспечивается возможность освоения следующих факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы): «Основы коммуникологии», «Государственная политика в области противодействия коррупции».

Факультативные дисциплины не включаются в объём (годовой объём) образовательной программы и призваны углублять и расширять научные и прикладные знания, умения и навыки обучающихся, способствовать повышению уровня сформированности универсальных и (или) общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы. Избранные обучающимся факультативные дисциплины являются обязательными для освоения.

Изучение данного модуля направлено на освоение следующей компетенции: ОПК-4.

Общая трудоёмкость факультативных дисциплин 3 з.е.

### **БЛОК 2. Практики**

В процессе реализации программы практикоориентированность образования, деятельностный подход обеспечиваются учебным событием, которое определяется как интегрирующий элемент (дисциплина, практика), позволяющий обучающимся использовать в ситуациях, максимально приближенным к реальным условиям профессиональной деятельности, знания и умения, полученные при освоении различных дисциплин модуля. Распределение практик в рамках обязательной части программы и части, формируемой участниками образовательных отношений, и соответствующих образовательных модулей представлено в таблице.

<b>Наименование и краткое содержание практики</b>	<b>Компетенции</b>	<b>Объём, з.е.</b>
<b>Обязательная часть</b>		
<b>Типы производственные практики</b>		
Модуль «Общепрофессиональная подготовка»		
<u>Производственная практика (научно-исследовательская работа)</u> В основные задачи практики входит закрепление и углубление теоретической, методологической подготовки магистрантов и приобретение им практических и научно-исследовательских навыков работы по выбранному направлению подготовки, а также сбор и обработка различного типа рекламно-информационных материалов для проведения исследования в рамках написания избранной темы магистерской диссертации. Производственная научно-исследовательская работа структурно состоит из двух частей. Первая часть посвящена ознакомлению с научной деятельностью выпускающей кафедры, концентрирующую имеющиеся современные научные технологии с целью комплексного использования на практике. Вторая составляющая представляет углубленное изучение методов научного исследования проблем, соответствующих профилю научной школы кафедры. Программа практики состоит из нескольких взаимосвязанных тематических разделов, каждый из которых является направлением деятельности студента в период практики: 1. Анализ научно-исследовательской деятельности вуза в сопоставлении с вузами региона. 2. Научно-исследовательская работа на кафедре русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ в рамках исследования региональной рекламы на основе экспонатов ГБУ «Брянский государственный краеведческий музей». 3. Изучение методов научного исследования проблем по теме магистерской диссертации. 4. Индивидуальная научно-исследовательская работа магистранта под руководством научного руководителя и его вовлечение в качестве соискателя	УК-1; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-3	6

<p>в научные исследования, финансируемые из внутренних (средства университета) и внешних (хоздоговорные работы, гранты и т.д.) источников в рамках исследования по научной проблеме кафедры «Дискурс современного коммуникационного и медийного пространства».</p> <p>Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-м курсе обучения (1 семестр), 3 курс (1 семестр).</p> <p>Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного.</p> <p>Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>		
<p><u>Производственная практика (профессионально-творческая практика)</u></p> <p>Целью прохождения производственной (профессионально-творческая практика) практики является закрепление знаний и умений, приобретаемых магистрантами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, выработка практические навыков и комплексное формирование универсальных и профессиональных компетенций магистрантов. Общей целью производственной практики является приобретение навыков в сфере организационно-коммуникационной деятельности.</p> <p>Задачи производственной практики: получение профессиональных навыков в области рекламы и связей с общественностью и рекламы и связей с общественностью в организационно-коммуникационной сфере на основе работы в организации и проведения конкретного социологического и маркетингового исследований; приобретение опыта практической исследовательской, творческой и коммуникационной работы; обучение методам и средствам сбора социальной, экономической, креативной, культурологической информации и применения собранной информации в профессиональной деятельности; изучение специфики профессиональной деятельности рекламиста и PR-специалиста в области стратегического планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; развитие способности проектировать, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Практика проводится на базе профильных организаций на 1-м курсе обучения (2 семестр), 2 курс (3 семестр).</p> <p>Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>УК-2; УК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5.</p>	<p>15</p>
<p>Модуль «Специальная профессиональная подготовка»</p>		
<p><u>Производственная практика (преддипломная практика)</u></p> <p>Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи производственной (преддипломная) практики: приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы и связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций; подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации; поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе; анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций; выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций; разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения; разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов; разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов; поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.</p> <p>В ходе практики происходит знакомство с организацией (предприятием); выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация материала; анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение отзыва-характеристики.</p> <p>Практика проводится на базе профильных организаций на 3-ем курсе (1</p>	<p>УК-1; УК-2; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5</p>	<p>6</p>

<p>семестр).          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>		
<p>Модуль «Историко-филологический»</p>		
<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская работа)</u>          В основные задачи практики входит закрепление и углубление теоретической, методологической подготовки магистрантов и приобретение им практических и научно-исследовательских навыков работы по выбранному направлению подготовки, а также сбор и обработка различного типа рекламной информации для проведения исследования в рамках написания избранной темы магистерской диссертации.          Производственная научно-исследовательская работа структурно состоит из двух частей. Первая часть посвящена ознакомлению с научной деятельностью выпускающей кафедры, концентрирующую имеющиеся современные научные технологии с целью комплексного использования на практике. Вторая составляющая представляет углубленное изучение методов научного исследования проблем, соответствующих профилю научной школы кафедры.          Программа практики состоит из нескольких взаимосвязанных тематических разделов, каждый из которых является направлением деятельности студента в период практики:          5. Анализ научно-исследовательской деятельности вуза в сопоставлении с вузами региона.          6. Научно-исследовательская работа на кафедре русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ в рамках исследования региональной рекламы на основе экспонатов ГБУ «Брянский государственный краеведческий музей».          7. Изучение методов научного исследования проблем по теме магистерской диссертации.          8. Индивидуальная научно-исследовательская работа магистранта под руководством научного руководителя и его вовлечение в качестве соискателя в научные исследования, финансируемые из внутренних (средства университета) и внешних (хозяйственные работы, гранты и т.д.) источников в рамках исследования по научной проблеме кафедры «Дискурс современного коммуникационного и медийного пространства».          Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-м курсе обучения (1 семестр), 3-ем курсе (1 семестр).          Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного.          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>УК-1;          УК-3;          УК-5;          УК-6;          ОПК-3;          ОПК-4;          ОПК-5;          ОПК-7;          ПК-3</p>	<p>6</p>



<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская практика)</u>  Целью практики является формирование целостного представления о научно-исследовательской деятельности и овладение студентами магистратуры методическим инструментарием исследований, анализе и аудите, выработка компетенций и профессиональных навыков самостоятельной научной работы.  Задачами: подготовка магистрантом выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации); овладение этапами подготовки диссертационной работы магистранта от выбора темы квалификационных научных работ до их публичной защиты; освоение системы методологических и методических знаний об основах научно-исследовательской работы; овладение методологической основой научного творчества, технологией подготовки научных работ, правилами оформления; освоение навыков публичной защиты результатов научно-исследовательской деятельности.  В ходе практики обучающиеся анализируют научную литературу по проблеме диссертационного исследования; планируют выполнение диссертационного исследования и др.  Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-ом курсе (2 семестр).  Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	УК-1; УК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	6
<p><u>Производственная практика (преддипломная практика)</u>  Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.  Задачи производственной (преддипломная) практики: приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы и связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций; подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации; поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе; анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций; выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций; разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения; разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов; разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов; поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.  В ходе практики происходит знакомство с организацией (предприятием); выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация материала; анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение отзыва-характеристики.  Практика проводится на базе профильных организаций на 3-ем курсе (1 семестр).  Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	УК-1; УК-2; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5	6
Модуль «Социально-гуманитарный»		
<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская работа)</u>  В основные задачи практики входит закрепление и углубление теоретической, методологической подготовки магистрантов и приобретение им практических и научно-исследовательских навыков работы по выбранному направлению подготовки, а также сбор и обработка различного типа рекламно-информационных материалов для проведения исследования в рамках написания избранной темы магистерской диссертации.  Производственная научно-исследовательская работа структурно состоит из двух частей. Первая часть посвящена ознакомлению с научной деятельностью выпускающей кафедры, концентрирующую имеющиеся современные научные</p>	УК-1; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-3	6

<p>технологии с целью комплексного использования на практике. Вторая составляющая представляет углубленное изучение методов научного исследования проблем, соответствующих профилю научной школы кафедры. Программа практики состоит из нескольких взаимосвязанных тематических разделов, каждый из которых является направлением деятельности студента в период практики:</p> <p>Анализ научно-исследовательской деятельности вуза в сопоставлении с вузами региона.</p> <p>Научно-исследовательская работа на кафедре русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ в рамках исследования региональной рекламы на основе экспонатов ГБУ «Брянский государственный краеведческий музей». Изучение методов научного исследования проблем по теме магистерской диссертации.</p> <p>Индивидуальная научно-исследовательская работа магистранта под руководством научного руководителя и его вовлечение в качестве соискателя в научные исследования, финансируемые из внутренних (средства университета) и внешних (хоздоговорные работы, гранты и т.д.) источников в рамках исследования по научной проблеме кафедры «Дискурс современного коммуникационного и медийного пространства».</p> <p>Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-м курсе обучения (1 семестр), на 3-ем курсе (1 семестр).</p> <p>Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного.</p> <p>Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>		
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>		
<b>Тип производственной практики</b>		
Модуль «Имиджевые технологии»		
<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская работа)</u></p> <p>В основные задачи практики входит закрепление и углубление теоретической, методологической подготовки магистрантов и приобретение им практических и научно-исследовательских навыков работы по выбранному направлению подготовки, а также сбор и обработка различного типа рекламно-информационных материалов для проведения исследования в рамках написания избранной темы магистерской диссертации.</p> <p>Производственная научно-исследовательская работа структурно состоит из двух частей. Первая часть посвящена ознакомлению с научной деятельностью выпускающей кафедры, концентрирующую имеющиеся современные научные технологии с целью комплексного использования на практике. Вторая составляющая представляет углубленное изучение методов научного исследования проблем, соответствующих профилю научной школы кафедры. Программа практики состоит из нескольких взаимосвязанных тематических разделов, каждый из которых является направлением деятельности студента в период практики:</p> <p>Анализ научно-исследовательской деятельности вуза в сопоставлении с вузами региона.</p> <p>Научно-исследовательская работа на кафедре русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ в рамках исследования региональной рекламы на основе экспонатов ГБУ «Брянский государственный краеведческий музей». Изучение методов научного исследования проблем по теме магистерской диссертации.</p> <p>Индивидуальная научно-исследовательская работа магистранта под руководством научного руководителя и его вовлечение в качестве соискателя в научные исследования, финансируемые из внутренних (средства университета) и внешних (хоздоговорные работы, гранты и т.д.) источников в рамках исследования по научной проблеме кафедры «Дискурс современного коммуникационного и медийного пространства».</p> <p>Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-</p>	<p>УК-1; УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-3</p>	6

<p>м курсе обучения (1 семестр), на 3-ем курсе (1 семестр).          Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного.          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>		
<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская практика)</u>          Целью практики является формирование целостного представления о научно-исследовательской деятельности и овладение студентами магистратуры методическим инструментарием исследований, анализе и аудите, выработка компетенций и профессиональных навыков самостоятельной научной работы.          Задачами: подготовка магистрантом выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации); овладение этапами подготовки диссертационной работы магистранта от выбора темы квалификационных научных работ до их публичной защиты; освоение системы методологических и методических знаний об основах научно-исследовательской работы; овладение методологической основой научного творчества, технологией подготовки научных работ, правилами оформления; освоение навыков публичной защиты результатов научно-исследовательской деятельности.          В ходе практики обучающиеся анализируют научную литературу по проблеме диссертационного исследования; планируют выполнение диссертационного исследования и др.          Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-ом курсе (2 семестр).          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>УК-1;          УК-5;          ПК-1;          ПК-2;          ПК-3;          ПК-4</p>	<p>6</p>
<p><u>Производственная практика (преддипломная практика)</u>          Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.          Задачи производственной (преддипломная) практики: приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы и связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций; подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации; поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе; анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций; выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций; разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения; разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов; разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов; поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.          В ходе практики происходит знакомство с организацией (предприятием); выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация материала; анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение отзыва-характеристики.          Практика проводится на базе профильных организаций на 3-ем курсе (1 семестр).          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>УК-1;          УК-2;          УК-4;          УК-5;          ПК-1;          ПК-3;          ПК-4;          ПК-5</p>	<p>6</p>
<p>Модуль «Специальная профессиональная подготовка»</p>		
<p><u>Производственная практика (научно-исследовательская практика)</u>          Целью практики является формирование целостного представления о научно-исследовательской деятельности и овладение студентами магистратуры методическим инструментарием исследований, анализе и аудите, выработка компетенций и профессиональных навыков самостоятельной научной работы.</p>	<p>УК-1;          УК-5;          ПК-1;          ПК-2;</p>	<p>6</p>

<p>Задачами: подготовка магистрантом выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации); овладение этапами подготовки диссертационной работы магистранта от выбора темы квалификационных научных работ до их публичной защиты; освоение системы методологических и методических знаний об основах научно-исследовательской работы; овладение методологической основой научного творчества, технологией подготовки научных работ, правилами оформления; освоение навыков публичной защиты результатов научно-исследовательской деятельности.</p> <p>В ходе практики обучающиеся анализируют научную литературу по проблеме диссертационного исследования; планируют выполнение диссертационного исследования и др.</p> <p>Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-ом курсе (2 семестр).</p> <p>Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>ПК-3; ПК-4</p>	
<p><u>Производственная практика (профессионально-творческая практика)</u></p> <p>Целью прохождения производственной (профессионально-творческая практика) практики является закрепление знаний и умений, приобретаемых магистрантами в процессе освоения теоретических курсов и специальных дисциплин, выработка практические навыков и комплексное формирование универсальных и профессиональных компетенций магистрантов. Общей целью производственной практики является приобретение навыков в сфере организационно-коммуникационной деятельности.</p> <p>Задачи производственной практики: получение профессиональных навыков в области рекламы и связей с общественностью и рекламы и связей с общественностью в организационно-коммуникационной сфере на основе работы в организации и проведения конкретного социологического и маркетингового исследований; приобретение опыта практической исследовательской, творческой и коммуникационной работы; обучение методам и средствам сбора социальной, экономической, креативной, культурологической информации и применения собранной информации в профессиональной деятельности; изучение специфики профессиональной деятельности рекламиста и PR-специалиста в области стратегического планирования коммуникационных кампаний и мероприятий; развитие способности проектировать, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.</p> <p>Практика проводится на базе профильных организаций на 1-м курсе обучения (2 семестр), на 2-ом курсе (1 семестр).</p> <p>Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>	<p>УК-2; УК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5.</p>	<p>15</p>
<p><u>Производственная практика (преддипломная практика)</u></p> <p>Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи производственной (преддипломная) практики: приобретение опыта в исследовании актуальной научной проблемы в области рекламы и связей с общественностью в системе бизнес-коммуникаций; подбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы - магистерской диссертации; поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений в области рекламы и связей с общественностью в бизнесе; анализ существующих форм организации коммуникаций; разработка и обоснование предложений по их совершенствованию; анализ и моделирование процессов бизнес-коммуникаций; выявление и формулирование актуальных научных проблем в области рекламы в системе бизнес-коммуникаций; разработка программ научных исследований и разработок, организация их выполнения; разработка методов и инструментов проведения исследований и анализа их результатов; разработка организационно-управленческих моделей процессов, явлений и объектов, оценка и интерпретация результатов; поиск, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования.</p> <p>В ходе практики происходит знакомство с организацией (предприятием); выполнение производственных заданий, сбор, обработка и систематизация</p>	<p>УК-1; УК-2; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5</p>	<p>6</p>

<p>материала; анализ полученной информации, подготовка отчета по практике, получение отзыва-характеристики.          Практика проводится на базе профильных организаций на 3-ем курсе (1 семестр).          Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.</p>		
--	--	--

### **Практическая подготовка обучающихся**

Практическая подготовка – это форма организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенции по профилю соответствующей образовательной программы.

Освоение основной профессиональной образовательной программы в соответствии с требованиями ФГОС ВО предусматривает проведение практики обучающихся. Учебные и производственные практики, предусмотренные программой магистратуры, реализуются в форме практической подготовки.

Образовательная деятельность при освоении отдельных компонентов основной профессиональной образовательной программы (отдельных учебных дисциплин) организуется в форме практической подготовки при проведении практических занятий, практикумов и лабораторных работ в соответствии с утвержденным учебным планом.

Освоение ОПОП предусматривает проведение производственных практик обучающихся, которые организуются в форме практической подготовки.

Освоение ОПОП предусматривает освоение следующих учебных дисциплин в форме практической подготовки при проведении практических занятий, практикумов и лабораторных работ:

1. Информационные технологии в профессиональной деятельности: практические занятия, 20 часов.
2. Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью: практические занятия, 8 часов.
3. Управление и бизнес-планирование коммуникационными проектами: практические занятия, 5 часов.
4. Разработка и реализация медиаконтента: практические занятия, 5 часов.
5. Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах: практические занятия, 12 часов.
6. Количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью: практические занятия, 12 часов.
7. Правовое обоснование, планирование и бюджетирование в сфере рекламы и связей с общественностью: практические занятия, 8 часов.
8. Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО: практические занятия, 8 часов.
9. Брендинг как инновационный инструмент продвижения: практические занятия, 12 часов.
10. Корпоративная и PR- культура современной организации: практические занятия, 8 часов.
11. Технологии антикризисных PR-коммуникаций: практические занятия, 10 часов.
12. Репутационный менеджмент: практические занятия, 10 часов.
13. Управление репутацией в online-среде: практические занятия, 10 часов.
14. Коммуникационный менеджмент: практические занятия, 8 часов.
15. Технологии GR-деятельности: практические занятия, 8 часов.
16. PR в международном маркетинге: практические занятия, 10 часов.

17. PR в сфере госуправления и технологии лоббирования: практические занятия, 16 часов.

18. Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью: практические занятия, 8 часов.

19. Политконсалтинг: практические занятия, 10 часов.

20. Международный PR-консалтинг: практические занятия, 10 часов.

21. Производственная практика (научно-исследовательская работа): 216 часов.

22. Производственная практика (научно-исследовательская практика): 216 часов.

23. Производственная практика (преддипломная практика):

24. Производственная практика (профессионально-творческая практика): 216 часов.

Практическая подготовка может быть организована:

1) непосредственно в Университете, в том числе в структурном подразделении БГУ, предназначенном для проведения практической подготовки:

НИЛ рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа НИИ ФиПИ БГУ;

2) в организации, осуществляющей деятельность по профилю образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении, предназначенном для проведения практической подготовки, на основании договора, заключаемого между указанной организацией и Университетом:

Региональная общественная приемная Председателя Партии «Единая Россия»;

Приемная Правительства Брянской области;

Департамент внутренней политики Брянской области;

Департамент культуры Брянской области;

Пресс-центр главного управления по Брянской области;

Пресс-служба УМВД России по Брянской области;

Пресс-центр ГПХ «Мираторг»;

Телерадиокомпания «Брянская губерния»;

ГТРК «Брянск»;

ООО «Рунект» (агентство Интернет-рекламы);

Отдел маркетинга АО «Брянсксельмаш»;

Студия рекламы «Айсберг»;

РПК «ВИЛЕНА»;

БРОО СКППН «Радимичи»;

БРОО «БЛАГО» и др.

#### **5.4. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам**

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) - это комплект методических материалов, устанавливающий процедуру и критерии оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам (Приложение 7).

Фонд оценочных средств включает в себя:

- перечень типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике (задания для семинаров, практических занятий и лабораторных работ, практикумов, коллоквиумов, контрольных работ, зачетов и экзаменов, контрольные измерительные материалы для тестирования, примерная тематика курсовых работ, рефератов, эссе, докладов и т.п.);

- методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике.

Примерный перечень оценочных средств образовательной программы для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: вопросы и задания для проведения экзамена (зачёта); отчёт по практике (дневник практики); деловая и/или ролевая игра; проблемная профессионально-ориентированная задача; кейс-задача; коллоквиум;

контрольная работа; дискуссия; портфолио; проект; разноуровневые задачи и задания; реферат; доклад (сообщение); собеседование; творческое задание; тест; эссе и др.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности Университет привлекает к экспертизе оценочных средств представителей сообщества работодателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

### Примерные критерии и шкалы интегрированной оценки уровня сформированности компетенций

Индикаторы компетенции (результаты обучения)	Шкала уровня сформированности компетенции			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<b>Полнота знаний</b>	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки
<b>Наличие умений</b>	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Выполнены все задания в полном объеме без недочетов.
<b>Наличие навыков (владение опытом)</b>	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
<b>Характеристики сформированности компетенции</b>	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач.	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных профессиональных задач.	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных профессиональных задач.

		большинству профессиональных задач.		
<b>Уровень сформированности компетенций</b>	Низкий	Минимально допустимый (пороговый)	Средний	Высокий

### 5.5. Программа государственной итоговой аттестации

Целью ГИА является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль - Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальными нормативными актами Университета.

В Блок 3 образовательной программы «Государственная итоговая аттестация» входят:

Формы ГИА	Количество з.е.	Перечень проверяемых компетенций
Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	6	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

**Объём блока: 6 з.е.**

Программа ГИА включает:

- требования и методические рекомендации по подготовке к процедуре защиты и защите выпускной квалификационной работе;

- фонды оценочных средств: типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки конкретных результатов освоения образовательной программы; методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов сдачи государственного экзамена и (или) защиты выпускной квалификационной работы.

Целью ВКР являются: систематизация, закрепление и расширение теоретических и практических знаний по направлению подготовки и применение этих знаний при решении конкретных научно-практических задач; овладение методологией научного исследования и методикой экспериментальной деятельности при решении проблем в области рекламы и связей с общественностью в организационной и коммуникативной сферах; формирование готовности выпускников к осуществлению самостоятельной исследовательской деятельности.

Копия программы ГИА (Приложение 8) размещается на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы», «Методические и иные документы»).

## Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Требования к условиям реализации программы магистратуры включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы магистратуры, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры.

### 6.1. Общесистемные требования к реализации образовательной программы

6.1.1. Университет располагает 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, которое закреплено учредителем за Университетом на праве оперативного управления.



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 БГУ, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием собственных ресурсов и ресурсов иных организаций (официальный сайт БГУ <https://brgu.ru/>; электронная система обучения БГУ <https://eso-bgu.ru/>; электронно-библиотечные системы (ЭБС).

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик;

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

Использование ресурсов электронной системы обучения БГУ в процессе реализации программы регламентируется соответствующими локальными нормативными актами.

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. Образовательная программа магистратуры в сетевой форме не реализуется.

## **6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы**

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).

Образовательный процесс по реализации программы магистратуры организуется на базе кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа НИИ ФиПИ БГУ.

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).

6.2.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах 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 (при наличии) обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

## **6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы**

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 (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.3.3. 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. 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), являются 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. 70 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Руководитель образовательной программы – **Якубенко Елена Николаевна**, кандидат экономических наук, доцента по кафедре рекламы и связей с общественностью, доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ, заведующий научно-исследовательской лабораторией рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа НИИ ФиПИ БГУ. Лаборатория обеспечивает работу по созданию рекламных, информационных, маркетинговых, журналистских проектов и PR-технологий в продвижении товаров и услуг, идей и технологий учреждений, организаций, коммерческих и некоммерческих предприятий, общественных и политических объединений, пресс-служб и телерадиовещательных организаций; проведение научно-исследовательской работы в области рекламы, PR и масс-медиа. Якубенко Елена Николаевна является организатором проекта «Брянская школа PROпаганды «ЛЮБО» (подготовка и обучение волонтеров и активной молодежи антинаркотической пропаганды в современной медиасреде)», поддержанного Фондом президентских грантов (2019 – 2020 г.г.). В 2021 – 2022 годах является организатором двух крупных проектов «Поле Брянской славы» (формирование у молодежи патриотических чувств посредством создания креативных коммуникаций) и Молодежный фестиваль PR и рекламы в финансовой сфере «PR-стиль». Елена Николаевна руководитель ежегодной научно-практической конференции «Актуальные проблемы современной гуманитарной науки». Читает лекции по социальной и финансовой рекламе различным аудиториям (студентам, школьникам, подросткам), а также практикумы по методологии и методике проведения маркетинговых исследований в целях популяризации профессии рекламиста и PR-специалиста.

Якубенко Елена Николаевна занимается исследованиями влияния современной коммуникации на молодежную аудиторию. Источник финансирования проекта: грант Президента Российской Федерации, предоставляемый на развитие гражданского общества. Работа посвящена исследованию влияния социальной рекламы и кинопродукции на молодежную аудиторию. Рассматриваются и анализируются факторы влияния на сохранения и укрепления семейных ценностей на молодежную аудиторию (школьники, студенты, молодые пары), а также влияние социальной и экспрессивной коммуникаций на современную молодежь. Данной проблеме посвящены научные труды, публикуемые в сборниках ежегодной научно-практических конференций «Актуальные проблемы современной гуманитарной науки» (г. Брянск, Ростов-на-Дону, Орел и др.).

Выпускающая кафедра: «русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций» (заведующий кафедрой – **Никитина Ирина Николаевна**, кандидат филологических наук, доцент).

В реализации программы участвуют ведущие преподаватели Университета, имеющие научный опыт в сфере рекламы и связей с общественностью - авторы учебников, учебных пособий, монографий и научных статей по проблемам рекламы и связей с общественностью.

Среди них:

**Иванова Наталья Александровна** – кандидат технических наук, доцент, заведующая кафедрой информатики и прикладной математики, доцент кафедры информатики и прикладной математики. Наталья Александровна в 2020 году повысила квалификацию : «Зимняя школа преподавателя – 2020. Цифровизация образования: основные тренды и оценивание образовательных достижений» ООО «Юрайт-Академия», г. Москва; а также повышение квалификации «Современная библиотека» ООО «Юрайт-Академия», г. Москва; повышение квалификации «Автор цифрового учебного контента» ООО «Юрайт-Академия», г. Москва; повышение квалификации «Современный преподаватель дистанционного образования» ООО «Юрайт-Академия», г. Москва; повышение квалификации «Введение в программирование на языке Python» АНО ДПО «Школа анализа данных», г. Москва; повышение квалификации «Инструменты дистанционного обучения», ООО «Юрайт-Академия», г. Москва; повышение квалификации «Интерактивные онлайн-курсы: разработка и тьюторинг» ООО «Юрайт-Академия», г. Москва.

В 2021 году: повышение квалификации «Внедрение практико-ориентированных подходов при проектировании компонентов образовательных программ в области ИТ», АНО ВО «Университет Иннополис», г. Иннополис

В 2022 году: повышение квалификации «Обработка и анализ данных в Excel», ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» (НИЯУ МИФИ)», г. Москва; повышение квалификации «Формирование ИКТ- компетентности в контексте требований профессионального стандарта «Педагог» Онлайн-школа «On-skills.ru Обучение онлайн», г. Москва; повышение квалификации «Актуальные зарубежные практики и исследовательская повестка в сфере искусственного интеллекта» ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» (НИЯУ МИФИ)» и др.

**Киютин Ирина Ивановна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ. Ирина Ивановна является автором научных трудов в сфере управленческих технологий в рекламе и связях с общественностью. Киютин И.И. с магистрантами осуществляет работу по поиску технологий формирования имиджа (деловой репутации) предприятия в современных рыночных условиях.

**Шаравин Андрей Владимирович** – доктор филологических наук, профессор кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ. Андрей Владимирович является автором научных трудов в области литературного краеведения. В рамках научно-исследовательской лаборатория рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа НИИ ФиПИ профессор Шаравин А.В. с магистрантами осуществляет работу в СИБ с целью овладения навыками квалифицированной интерпретации различных типов текстов, в том числе раскрытия их смысла и связей с породившей их эпохой, анализ языкового и литературного материала для обеспечения деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

**Алексютина Ольга Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ. Один из авторов монографии «Коммуникационные тренды в индустрии рекламы современной российской действительности». Ольга Александровна является специалистом в области социальных рекламных технологий; участвовала (2019 – 2020 г.г.) в реализации гранта по обучению студенческой молодежи и волонтеров НКО антинаркотической пропаганде в современной медиасреде.

**Кравченко Максим Сергеевич** – директор ООО «РУНЕКТ» (агентство Интернет-рекламы) г. Брянск. Максим Сергеевич знакомит магистров с диджитал-коммуникациями в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Трухин Александр Николаевич** – PR-менеджер ООО «БАШНЯ» г. Брянск и по совместительству директор рекламно-маркетингового агентства «Нуар». Александр Николаевич в рамках учебной дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» передает практические приемы брендинга и имиджирования товаров и услуг. В рамках производственной практики (профессионально-творческой практики) работодатель

реализуют новый городской проект «Арт-пространство «БАШНЯ», организуя арт-мероприятия и обеспечивая им рекламное и PR-сопровождение.

**Левичева Елена Васильевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ. Елена Васильевна является автором научных трудов в сфере журналистики, теории и практики СМИ, в рекламе и связей с общественностью. Левичева Е.В. с магистрантами осуществляет работу по исследованиям современной медиainдустрии и актуальных проблем СМИ в современных рыночных условиях.

#### **6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы**

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 МИНОБРНАУКИ РОССИИ.

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

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 может осуществляться 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) и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

#### **6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы**

Целью формирования и развития социокультурной среды реализации образовательной программы на филологическом факультете является подготовка профессионально и культурно ориентированной личности, обладающей мировоззренческим потенциалом, способностями к профессиональному, интеллектуальному и социальному творчеству, владеющей устойчивыми умениями и навыками выполнения профессиональных обязанностей.

Деятельность по организации и развитию воспитывающей социально-культурной среды на факультете ведётся деканом, заместителем декана по воспитательной, внеучебной работе и общим вопросам, студенческим советом факультета, студенческим советом общежития, профсоюзной организацией студентов, кураторами академических групп.

Приоритетными направлениями социальной, внеучебной и воспитательной работы на факультете, необходимыми для всестороннего развития личности студента являются:

- 1) организация гражданского и патриотического воспитания студентов;
- 2) проведение культурно-массовых, физкультурно-спортивных, научно-просветительских мероприятий, направленных на развитие универсальных (общекультурных) компетенций;
- 3) содействие работе студенческих общественных объединений, организаций и клубов, обеспечивающих развитие социально-личностной компетентности обучающихся;

- 4) сохранение, развитие и преумножение традиций Университета (факультета);
- 5) создание и организация работы творческих, физкультурно-спортивных, научных коллективов, объединений студентов и преподавателей по интересам;
- 6) проведение мероприятий по укреплению и поддержке молодой семьи;
- 7) пропаганда физической культуры и здорового образа жизни;
- 8) информационное обеспечение студентов, поддержка и развитие студенческих средств массовой информации;
- 9) развитие материально-технической базы и объектов, предназначенных для организации внеучебных мероприятий;
- 10) организация работы по профилактике правонарушений, наркомании, ВИЧ-инфекции, алкоголизма и табакокурения среди студентов;
- 11) формирование системы поощрения студентов.

В целях информационного обеспечения студентов, поддержки и развития воспитательной внеучебной работы используются студенческие средства массовой информации: стенды профессиональной тематики в специализированных учебных кабинетах, выпуск факультетской газеты «ФИЛФАКИНФО», систематическое обновление информации на сайте БГУ, ведение специальных групп в социальных сетях.

Жизнь университета освещают студенческий радиоузел и телевидение «БГУ-ТВ», газета «Брянский университет», журнал «Форум». Активисты вузовских студенческих СМИ принимают участие во Всероссийских форумах, таких как «PRКиТ», медиафорум SCIENCE MEDIA.

На факультете проводятся внеучебные мероприятия, расширяющие возможности овладения профессиональными компетенциями: ПК-1 - способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-2 - способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-3 - способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью; ПК-4 - способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5 - способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы.

Активно ведется патриотическое воспитание студентов, через участие в Параде Победы 9 мая, в праздновании Дня города 17 сентября, ежегодного участия студентов в общеуниверситетском фестивале «Ради жизни на Земле» и др.

На факультете организована спортивно-оздоровительная работа. Она ведётся по нескольким направлениям (летнее оздоровление и отдых, оздоровление в санатории-профилактории БГУ, медицинское обследование и консультации в Центре здоровья, плановые диспансеризации студентов и др.). Студенты факультета ежегодно принимают участие в общеуниверситетских спортивных мероприятиях, занимая призовые места в личных и командных первенствах.

На факультете действуют органы студенческого самоуправления: студенческий совет факультета и профбюро.

#### **6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Реализация ОПОП для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья основывается на требованиях ФГОС ВО, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 №301), локальных нормативных актов.

Обучение по образовательным программам инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется Университетом с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Университет создаёт необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ:

- альтернативная версия официального сайта БГУ в сети «Интернет» для слабовидящих;
- специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов

печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации; специальные учебники и учебные пособия и др.);

- пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;
- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- электронная информационно-образовательная среда, включающая электронную систему обучения БГУ, в том числе использование дистанционных образовательных технологий.

Обучающиеся с ОВЗ при необходимости на основании личного заявления могут получать образование на основе адаптированной основной профессиональной образовательной программы. Адаптация ОПОП осуществляется путём включения в учебный план специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа проектируется с учётом индивидуальной программы реабилитации инвалида, разработанной федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Выбор профильных организаций для прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ и при условии выполнения требований доступности социальной среды.

Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В Университете создана толерантная социокультурная среда. Деканатами факультетов, при необходимости, назначаются лица (кураторы), ответственные за педагогическое сопровождение индивидуального образовательного маршрута инвалидов и лиц с ОВЗ, предоставляется помощь студентам-волонтёров. Университетом осуществляется комплекс мер по психологической, социальной, медицинской помощи и поддержке обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

**Приложение 1**

**Перечень профессиональных стандартов и обобщённых трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах)**

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	уровень (подуровень) квалификации
06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
06.013 СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ	С	Управление информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов	С/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/04.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	С/06.6	6

**Локальные нормативные акты по основным вопросам  
организации и осуществления образовательной деятельности**

1. Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 07.04.2022г., протокол №4 (приказ БГУ от 08.04.2022 г. №55).

2. Правила внутреннего распорядка обучающихся ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённые решением учёного совета Университета от 03.10.2019г., протокол №2 (приказ БГУ от 04.10.2019г. №108).

3. Порядок проведения самообследования университетом, утверждённый решением учёного совета Университета от 29.10.2015г., протокол №8 (приказ БГУ от 01.12.2015г. №2486 – ст).

4. Положение об открытии новых образовательных программ высшего образования лицензированных направлений подготовки (специальностей) и распределении обучающихся по профилям, специализациям, магистерским программам, утверждённое решением учёного совета Университета от 29.10.2015г., протокол №8 (приказ БГУ от 01.12.2015г. №2486 – ст).

5. Положение об организации образовательного процесса для обучающихся – инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, утверждённое решением учёного совета Университета от 29.10.2015г., протокол №8 (приказ БГУ от 01.12.2015г. №2486 – ст с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

6. Положение о кафедре ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 25.02.2016г., протокол №2 (приказ БГУ от 17.03.2016г. №318 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

7. Порядок разработки и утверждения основных профессиональных образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, программ специалитета, программ магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 21.12.2018г., протокол №12 (приказ БГУ от 27.12.2018 №212 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 01.09.2020г. №96, от 08.04.2022 г. №55).

8. Порядок разработки и утверждения адаптированных основных профессиональных образовательных программ высшего образования для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 19.12.2019г., протокол №3 (приказ БГУ от 20.12.2019г. №143 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

9. Порядок оформления возникновения, приостановления и прекращения отношений между ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» и обучающимися и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся, утверждённый решением учёного совета Университета от 01.09.2018г., протокол №8 (приказ БГУ от 07.09.2018г. №170 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

10. Положение об обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе ускоренном обучении лиц, осваивающих образовательные программы высшего образования - программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 01.09.2018г., протокол №8 (приказ БГУ от 07.09.2018г. №170 (приказ БГУ от 07.09.2018г. №170 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 28.02.2019г. №21, от 08.04.2022 г. №55).



11. Порядок организации образовательной деятельности по образовательным программам при сочетании различных форм обучения, при использовании сетевой формы их реализации в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

12. Положение о практической подготовке обучающихся ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 30.09.2020г., протокол №9 (приказ БГУ от 01.10.2020г. №118 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

13. Порядок разработки и утверждения рабочей программы дисциплины (модуля), практики по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 17.01.2019г., протокол №1 (приказ БГУ от 23.01.2019 №09, с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 11.03.2021 №19 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

14. Положение об организации контактной работы обучающихся с педагогическими работниками в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (Приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

15. Порядок планирования и расчёта рабочего времени педагогических работников, относящихся к профессорско-преподавательскому составу, в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (приказ БГУ от 29.12.2017г. №2057 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

16. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 31.03.2016г., протокол №3 (приказ БГУ от 31.03.2016г. №400 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 30.05.2016 №767, от 05.09.2017 г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

17. Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г.Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 23.12.2020г., протокол №13 (приказ БГУ от 24.12.2020г. №146 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

18. Положение о выпускной квалификационной работе по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 26.09.2019г., протокол №1 (приказ БГУ от 30.09.2019г. №105 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

19. Положение о подготовке и защите выпускной квалификационной работы в виде стартапа по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 06.04.2023г., протокол №3 (приказ БГУ от 06.04.2023г. №46).

20. Порядок размещения текстов выпускных квалификационных работ обучающихся в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» в электронно-библиотечной системе университета, утверждённый решением

учёного совета Университета от 21.12.2018г., протокол №12 (приказ БГУ от 27.12.2018г. №212 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

21. Положение о дипломах с отличием в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 23.05.2019г., протокол №6 (приказ БГУ от 29.05.2019г. №47 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

22. Положение об обеспечении самостоятельности выполнения письменных работ в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» с использованием для проверки автоматизированных систем поиска заимствований в тексте, утверждённое решением учёного совета Университета от 22.09.2016г., протокол №7 (приказ БГУ от 11.10.2016 №1661, с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 11.03.2021 №19 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

23. Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утверждённый решением учёного совета Университета от 25.09.2017г., протокол №6 (приказ БГУ от 28.09.2017г. №1426 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

24. Порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г.Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 23.12.2020г., протокол №13 (приказ БГУ от 24.12.2020г. №146 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

25. Положение о курсовом проектировании в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 19.12.2019г., протокол №3 (приказ БГУ от 20.12.2019г. №142 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

26. Положение о контрольной работе в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 23.05.2019г., протокол №6 (приказ БГУ от 29.05.2019г. №47 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

27. Порядок зачёта в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» результатов обучения по отдельным дисциплинам (модулям) и практикам, освоенным обучающимся при получении среднего профессионального образования и (или) высшего образования, дополнительного образования, утверждённый решением учёного совета Университета от 25.09.2017г., протокол №6 (приказ БГУ от 28.09.2017г. №1426, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 01.09.2020г. №96, от 08.04.2022 г. №55).

28. Положение о хранении в архивах информации о результатах освоения обучающимися образовательных программ и о поощрении обучающихся на бумажных и (или) электронных носителях, утверждённое решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950).

29. Положение о научно-исследовательской работе обучающихся, осваивающих образовательные программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры, утверждённое решением учёного совета Университета от 24.12.2015г., протокол №11 (приказ БГУ от 11.02.2016г. №193, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

30. Положение об организации самостоятельной работы обучающихся (приказ БГУ от 26.12.2016 №2117, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

31. Положение о реализации элективных дисциплин (модулей) по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утверждённое решением учёного совета Университета от 24.12.2015г., протокол №11 (приказ БГУ от 11.02.2016г. №194, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

32. Положение о реализации факультативных дисциплин по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

33. Требования по применению инновационных форм учебных занятий в образовательном процессе, утверждённые решением учёного совета Университета от 29.10.2015г., протокол №8 (приказ БГУ от 01.12.2015г. №2486 – ст с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

34. Порядок применения в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утверждённый решением учёного совета Университета от 25.09.2017г., протокол №6 (приказ БГУ от 28.09.2017г. №1426).

35. Положение об авторизации и идентификации личности обучающегося в электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 12.10.2020г., протокол №10 (приказ БГУ от 23.10.2020г. №131).

36. Порядок организации образовательной деятельности с использованием онлайн – курсов в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 28.06.2017г., протокол №4 (приказ БГУ от 21.08.2017 №1175).

37. Положение о фондах оценочных средств по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 17.01.2019 г., протокол №1 (приказ БГУ от 23.01.2019 №09 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

38. Порядок организации и проведения внутривузовского тестирования, утверждённый решением учёного совета Университета от 22.12.2016г., протокол №10 (приказ БГУ от 26.12.2016 №2117 с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

39. Положение о расписании учебных занятий и зачетно-экзаменационных сессий по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 28.06.2017г., протокол №4 (приказ БГУ от 25.08.2017г. №1193 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

40. Порядок реализации дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту, в том числе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 01.09.2018г., протокол №8 (приказ БГУ от 07.09.2018г. №170 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 08.04.2022 г. №55).

41. Положение об электронном портфолио обучающегося ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 14.12.2017г., протокол №7 (Приказ БГУ от 15.12.2017г. №1950).

42. Положение о внутренней системе оценки качества образовательной деятельности в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» утверждённое решением учёного совета Университета от 06.04.2023г., протокол №3 (приказ БГУ от 06.04.2023г. №47).

43. Положение о системе независимой оценки качества образования в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» (Приказ БГУ от 27.03.2017 №378).

44. Положение Совета обучающихся по качеству образования ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» (Приказ БГУ от 26.12.2016 №2117).

45. Порядок зачисления экстернов в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 22.09.2016г., протокол №7 (приказ БГУ от 11.10.2016г. №1661, с изменениями, внесёнными приказами БГУ от 05.09.2017г. №1271, от 08.04.2022 г. №55).

## РЕЦЕНЗИЯ

на основную профессиональную образовательную программу высшего образования (ОПОП ВО) квалификации выпускника «магистр» направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах очной формы

ОПОП разработана выпускающей кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций филологического факультета ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского».

Рецензируемая ОПОП ВО разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) (приказ Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. N 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура)», (Зарегистрировано 29 июня 2017 года, регистрационный № 47224).

Общая характеристика образовательной программы представлена на официальном сайте университета (<http://www.brgu.ru/>) и содержит следующую информацию: ОПОП с перечнем приложений, учебный план, календарный учебный график, матрица компетенций, аннотации рабочих программ учебных дисциплин (модулей), практик, государственной итоговой аттестации.

В ОПОП представлена характеристика направления подготовки 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью:

- *цель (миссия) ОПОП* - развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

- *область профессиональной деятельности* выпускников, освоивших программу магистратуры, включает коммуникационные процессы в социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов; их позиционирование в рыночной среде, общественное мнение.

- *объект профессиональной деятельности* магистра: связь, информационные и коммуникационные технологии.

- *типы профессиональной деятельности выпускников:* производственно-технологический, организационно-управленческий, проектно-аналитический, научно-исследовательский, авторский.

- *перечень основных объектов профессиональной деятельности задач* – текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный



продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

- приведен полный *перечень компетенций*, которые должны быть сформированы у обучающегося в результате освоения образовательной программы.

Структура образовательной программы отражена в учебном плане и включает обязательную часть (базовую) и часть, формируемую участниками образовательных отношений (вариативную). Объем программы составляет 120 зачетных единиц. Объем дисциплин по выбору студента соответствует требованиям стандарта.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой ОПОП формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО.

Дисциплины учебного плана по рецензируемой ОПОП формируют весь необходимый перечень универсальных, общепрофессиональных, профессиональных компетенций, предусмотренных ФГОС ВО. Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включённые в план дисциплины раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день проблем, таких как: методология и методы научных исследований, технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, социологические и маркетинговые исследования, планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью, интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью. Структура учебного плана в целом логична и последовательна.

Оценка аннотаций рабочих программ дисциплин (модулей), практик, представленных на сайте университета, позволяет сделать вывод, что содержание дисциплин и практик соответствует компетентностной модели выпускника. В рабочих программах дисциплин указываются требования к организации текущего контроля освоения программы, подробные методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся, предусмотрено использование современных активных и интерактивных технологий проведения учебных занятий. Содержание программ практик свидетельствует об их профессионально-практической направленности на решение профессиональных задач в соответствии с видом деятельности (коммуникационной), на которую ориентирована примерная образовательная программа.

Анализ рабочих программ дисциплин и практик показал, что при реализации ОПОП используются разнообразные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, тесты, кейс-задания, сформирована примерная тематика рефератов, курсовых работ и т.д.

Содержание образовательной программы соответствует современному уровню развития науки и производства в сфере рекламы и связей с

общественностью.

Рецензируемая ОПОП имеет высокий уровень материально-технического и учебно-методического обеспечения ее реализации. Выборочный анализ материалов, размещенный в электронной системе обучения университета, показал, что в ней представлены рабочие программы всех заявленных дисциплин и практик, программа государственной итоговой аттестации. В качестве сильных сторон образовательной программы следует отметить, что ее реализации привлекается высококомпетентный профессорско-преподавательский состав, ведущие представители профессиональных сообществ, деятельность которых связана с направленностью реализуемой программы.

#### **Заключение**

В целом, рецензируемая основная профессиональная образовательная программа, разработанная кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», отвечает основным требованиям федерального государственного образовательного стандарта / профессионального стандарта и способствует формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Рецензент:  
генеральный директор  
ООО «Студия рекламы «Айсберг»



А.А. Бергманис


ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ  
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. РАЗРАБОТАНА:


Руководитель ОПОП \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ (Якубенко Е.Н.)  
(подпись)

«12»\_апреля\_2023 г.

2. Одобрена и рекомендована кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций к рассмотрению учёным советом филологического факультета протокол №\_10\_\_от «12»\_\_апреля\_\_2023 г.

Заведующий выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ (Никитина И.Н.)  
(подпись)


3. Одобрена и рекомендована учёным советом филологического факультета к рассмотрению учёным советом университета протокол №\_9\_\_от «10»\_мая\_2023 г.

Декан филологического факультета  
\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ (Киютина И.И.)  
(подпись)

«10»\_мая\_\_\_\_\_2023 г.

4. СОГЛАСОВАНО:

Директор института русской и романо-германской филологии

\_\_\_\_\_  \_\_\_\_\_ (Гунько В.А.)  
(подпись)

«10»\_мая\_\_\_\_\_2023 г.

5. УТВЕРЖДЕНА НА ЗАСЕДАНИИ УЧЁНОГО СОВЕТА УНИВЕРСИТЕТА:

Протокол №\_6\_\_от «11»\_мая\_2023 г.