

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. Калоша
«_24_» __апреля____2025 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:

Очно-заочная

Срок освоения программы:

2 года 6 месяцев

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 (по типам)

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ

- 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. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 4.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 5.1. Рекомендуемый объем обязательной части образовательной программы
- 5.2. Рекомендуемые типы практики
- 5.3. Примерный учебный план и примерный календарный учебный график
- 5.4. Примерные программы дисциплин (модулей) и практик
- 5.5. Рекомендации по разработке фондов оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) или практике
- 5.6. Рекомендации по разработке программы 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 по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность Реклама и связи с общественность в организационной и коммуникативной сферах, уровень образования - магистратура

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 (профили) 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 (Приложение 1):

- 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., регистрационный N 33973),

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., регистрационный № 69714.

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» (с изм. и доп.);

– Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, уровню высшего образования – Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 (с изменениями от 26.11.2020 № 1456).

– Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изм. и доп.);

– Постановление Правительства Российской Федерации от 11 октября 2023 г. №1678 «Об утверждении Правил применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;

– Приказ Минобрнауки России 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» (с изм. и доп.);

– Приказ Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (с изм. и доп.);

– Приказ Минобрнауки России, Минпросвещения России от 5 августа 2020г. №885/390 «О практической подготовке обучающихся» (с изм. и доп.);

– Приказ Минобрнауки России от 31.07.2020 г. №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).

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

Профессиональная деятельность магистров включает: исследовательскую и практическую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью. Выпускник магистратуры может осуществлять профессиональную деятельность в коммуникационных и брендинговых агентствах, в крупных кампаниях и производственных холдингах, государственных учреждениях, неправительственных организациях и СМИ, пресс-службах, пресс-центрах.

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)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой коммуникации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	производственно - технологический	Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	организационно - управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	проектно - аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

	научно - исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	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
	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 составляет 120 зачетных единиц (далее - з.е.) вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы по индивидуальному учебному плану. Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е. вне зависимости от применяемых образовательных технологий, реализации программы по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении - не более 75 з.е.

3.5. Форма обучения

Очно-заочная

3.6. Срок получения образования

Срок получения образования по образовательной программе (вне зависимости от применяемых образовательных технологий), включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года 6 месяцев. При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок получения образования может быть увеличен по их заявлению не более чем на полгода.

3.7. Язык реализации образовательной программы

Русский

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. Выявляет проблемную ситуацию в процессе анализа проблемы, определяет этапы её разрешения с учетом вариативных контекстов и оценки основные
		УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации.
		УК-1.3. Рассматривает, предлагает и обосновывает возможные варианты решения проблемной ситуации на основе системного подхода, оценивая их достоинства и недостатки.
		УК-1.4. Определяет и оценивает возможные риски и практические последствия реализации действий по разрешению проблемной ситуации
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Выстраивает этапы работы над проектом с учетом последовательности их реализации, определяет этапы жизненного цикла проекта.
		УК-2.2. Определяет проблему, на решение которой направлен проект, круг задач в рамках поставленной цели.
		УК-2.3. Предлагает оптимальные способы решения задач проекта и качественно их решает, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

		УК-2.4. Публично представляет результаты проекта, участвует в обсуждении хода и результатов проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет роль каждого участника в команде.
		УК-3.2. Учитывает в совместной деятельности особенности поведения и интересы других участников.
		УК-3.3. Демонстрирует понимание результатов (последствий) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения поставленной цели, контролирует их выполнение.
		УК-3.4. Способен устанавливать разные виды коммуникации для руководства командой и достижения поставленной цели, участвует в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемые стили делового общения в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
		УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач.
		УК-4.3 Ведет деловую переписку с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
		УК-4.4 Демонстрирует умение выполнять перевод академических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые) язык(и).
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.	УК-5.1. Выбирает стиль общения с учетом культурологических и социальных особенностей аудитории.
		УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и традициям социальных групп, учитывая средовый и религиозный контекст взаимодействия.
		УК-5.3 Взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей на основе принципов толерантности и этических норм в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	УК-6.1. Применяет рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных), используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.
		УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяет пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.
		УК-6.3. Определяет стратегию профессионального развития, выстраивает траекторию собственного профессионального роста.

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. понимает особенности всех этапов и принципов планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК-1.2. умеет 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-1.3. Владеет опытом успешной организации процесса создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Понимает 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. Демонстрирует знания основных этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-3.2. Осуществляет анализ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
		ОПК-3.3. Владеет опытом успешного прогнозирования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4.	ОПК-4.1.
	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Демонстрирует методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
		ОПК-4.2. Умеет применять методы анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
		ОПК-4.3. Успешно прогнозирует и интерпретирует данные об удовлетворении спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, а также организует исследовательский процесс и использует его результаты
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Демонстрирует знания о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
		ОПК-5.2. Способен выявлять особенности и основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
		ОПК-5.3. Владеет опытом принятия профессиональных решений и анализа актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства	ОПК-6.1. Демонстрирует знания о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях и способах их применения в медиапроизводстве.

	современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.2. Умеет отбирать и внедрять в медиапроизводство современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
		ОПК-6.3. Владеет навыками отбора и внедрения в медиапроизводство современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1. Понимает закономерные эффекты в медиасфере, принципы социальной ответственности.
		ОПК-7.2. Способен оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.
		ОПК-7.3. Владеет навыками прогнозирования возможных эффектов в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

4.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

4.3.1. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Категории профессиональных компетенций	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Производственно-технологический	ПК-1 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-1.1. Демонстрирует знания о комплексе современных технологических решений, технических средствах, приемах и методах онлайн и офлайн коммуникаций
		ПК-1.2. Умеет применять инновационные рекламные и PR-технологии в технологическом процессе производства рекламного продукта, PR-материалов и интернет-рекламы.
		ПК-1.3. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.
Научно-исследовательский	ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Демонстрирует научные принципы, знания методологических основ научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-2.2. Готов проводить научные исследования состояния и сегментирования рынка рекламодателя, аудиторных показателей СМИ, продуктов и брендов методами маркетинга, общественного мнения населения, показателей укрепления имиджа предприятия и т.д.
		ПК-2.3. Владеет навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью
Организационно-управленческий	ПК-3 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. Демонстрирует приемы и методы организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-3.2 Умеет определять цели и задачи, осуществлять стратегическое и тактическое планирование рекламной и PR-деятельности на

		год, а также в рамках отдельных рекламных кампаний, распределять обязанности подчиненных и (или) членов команды, взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, оценивать эффективность работы подразделения (предприятия) ПК-3.3. Владеет успешным опытом организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью
Авторский	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. Демонстрирует 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-4.2 Умеет создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учётом имеющегося мирового и отечественного опыт, планировать информационные поводы для кампаний и проектов, создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании и др. ПК-4.3 Владеет опытом успешного осуществления авторской деятельности 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
Проектно-аналитический	ПК-5 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-5.1. Понимает основы и специфику проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы ПК-5.2. Умеет осуществлять отбор методов и инструментов для планирования рекламной и PR-деятельности, анализировать социальную, политическую, экономическую ситуации макро и микросреды предприятия (региона, страны и мира) и разрабатывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью

		ПК-5.3. Владеет опытом успешного осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы
--	--	---

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический				
Создание концепции, планирование реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественно- стью	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-5 – Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК – 5.1. Понимает основы и специфику проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы	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 осуществлять отбор методов и инструментов для планирования рекламной и PR-деятельности, анализировать социальную, политическую, экономическую ситуации макро и микросреды предприятия (региона, страны и мира) и разрабатывать проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	
			ПК-5.3. Владеет опытом успешного осуществления проектно-аналитической деятельности с учетом специфики профессиональной сферы.	
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Организация работы и руководство предприятием (подразделени ем) в современной индустрии рекламы и связей с общественнос- тью	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/групп	ПК-3 - Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. Демонстрирует приемы и методы организации работы и руководства подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-3.2. Умеет определять цели и задачи, осуществлять стратегическое и тактическое планирование рекламной и PR-деятельности на год, а также в рамках отдельных рекламных кампаний, распределять обязанности подчиненных и (или) членов команды, взаимодействовать с другими подразделениями предприятия, оценивать эффективность работы подразделения (предприятия). ПК-3.3. Владеет успешным опытом организации работы и руководства подразделением (предприятием) 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

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. Демонстрирует 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.	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 создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учётом имеющегося мирового и отечественного опыт, планировать информационные поводы для кампаний и проектов, создавать сценарии специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании и др.	
			ПК – 4.3 Владеет опытом успешного осуществления авторской деятельности 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	
Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический				
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой и общественности	ПК-1 – Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК – 1.1. Демонстрирует знания о комплексе современных технологических решений, технических средствах, приемах и методах онлайн и офлайн коммуникаций. ПК-1.2. Умеет применять инновационные рекламные и PR-технологии в технологическом процессе производства рекламного продукта, PR-материалов и интернет-рекламы. ПК-1.3. Владеет навыками применения в профессиональной деятельности комплекса современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций.	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

Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский				
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности и	ПК-2 - Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК – 2.1. Демонстрирует научные принципы, знания методологических основ научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-2.2. Готов проводить научные исследования состояния и сегментирования рынка рекламодателя, аудиторных показателей СМИ, продуктов и брендов методами маркетинга, общественного мнения населения, показателей укрепления имиджа предприятия и т.д. ПК-2.3. Владеет навыками проведения научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью	06.013 Специалист по информационным ресурсам код трудовой функции С/02.6, С/05.6, С/06.6. 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации код трудовой функции В/01.6, В/04.6.

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)» в объёме 81 з.е. (требования ФГОС ВО не менее 60 з.е.);

Блок 2 «Практика» в объёме 33 з.е. (требования ФГОС ВО не менее 30 з.е.);

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» в объёме 9 з.е. (требования ФГОС ВО не менее 6-9 з.е.).

При реализации образовательной программы обучающимся обеспечивается возможность освоения 2 факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы).

В рамках программы выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений. Объём обязательной части, без учета объёма государственной итоговой аттестации, в соответствии с требованиями ФГОС ВО составляет не менее 40 % общего объёма программы магистратуры.

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» входит производственная практики (далее вместе – практики).

Типы производственной практики:

Производственная практика (научно-исследовательская работа),

Производственная практика (научно-исследовательская практика),

Производственная практика (профессионально-творческая практика),

Производственная практика (преддипломная практика).

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 личностно 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-6; ОПК-4; ОПК-7.

Общая трудоёмкость модуля 15 з.е.

Образовательные технологии:

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решении кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развертывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершённого проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счет использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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 осмыслять 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

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решению кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развертывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершённого проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счет использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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», «Информационные технологии в профессиональной деятельности») 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; УК-4; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-5.

Общая трудоёмкость модуля 13 з.е.

Образовательные технологии

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решению кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развертывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершённого проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счет использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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 «Специальной профессиональной подготовки»

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 22 з.е.

Образовательные технологии

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решении кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развертывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершенного проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счет использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решении кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развертывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершённого проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счет использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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: УК-2; УК-4; УК-5; ПК-2; ПК-4; ПК-5.

Общая трудоёмкость модуля 11 з.е.

Образовательные технологии

Лекционные занятия проводятся в интерактивном режиме, семинарские и практические занятия основаны на самостоятельной активности обучающихся: подготовке докладов, отражающих различные подходы к дизайну научного исследования и решении кейсов с последующим групповым обсуждением. Последовательность заданий для контактной и самостоятельной работы отражает логику развёртывания научного исследования и моделирует процесс построения и выполнения полного и завершённого проекта научного исследования. Методическое обеспечение дисциплины осуществляется за счёт использования современных учебников, учебных пособий и комплексов, справочной литературы, интернет-сайтов специальных изданий и организаций по вопросам, связанным с организацией, проведением психологических исследований, первичной и статистической обработкой данных, описанием и интерпретацией результатов.

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 коммунологии», «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 обучающимися факультативные дисциплины являются обязательными для освоения.

Изучение данного модуля направлено на освоение следующей компетенции: ОПК-

4; УК-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.

Наименование и краткое содержание практики	Компетенции	Объём, з.е.
Обязательная часть		
Типы производственные практики		
Модуль «Социально-гуманитарный»		
Производственная практика (научно-исследовательская работа) 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
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». Практика проводится на базе выпускающей кафедры и научно-исследовательской лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа на 2-м курсе обучения, 3 курс. Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного. Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.		

Производственная практика (научно-исследовательская работа) 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: 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 (хоздоговорные 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 (4 семестр). Организуется в рассредоточенном режиме - по типу организации в расписании обучающихся еженедельного. Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.	УК-1 УК-5 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4	6
Модуль «Специальная профессиональная подготовка»		
Производственная практика (преддипломная практика) Целью преддипломной практики является выработка у магистрантов компетенций и навыков ведения самостоятельной исследовательской работы и профессиональной деятельности. Задачи производственной (преддипломной) 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.	УК-1 УК-2 УК-4 УК-5 ПК-1 ПК-3 ПК-4 ПК-5	6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
Тип производственной практики		
Модуль «Специальной профессиональной подготовки»		

Производственная практика (профессионально-творческая практика) Целью прохождения производственной (профессионально-творческой 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. 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. Практика проводится на базе профильных организаций на 1-м курсе обучения (2 семестр), 2 курс (3 семестр). Форма промежуточной аттестации по практике – дифференцированный зачет.	УК-2; УК-3; ПК-1; ПК-3; ПК-4; ПК-5.	15
--	--	-----------

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:

Практическая подготовка при проведении практики

Виды и типы практики	Объём практики (з.е., часы)
Производственная практика (научно-исследовательская работа)	6 з.е., 216 часов
Производственная практика (научно-исследовательская практика)	6 з.е., 216 часов
Производственная практика (преддипломная практика)	6 з.е., 216 часов
Производственная практика (профессионально-творческая практика)	15 з.е., 540 часов

Практическая подготовка при реализации учебных дисциплин (модулей)

Наименование учебных дисциплин (модулей)	Виды учебных занятий (практические занятия, практикумы, лабораторные работы)	Всего (часы)
Модуль «Общепрофессиональная подготовка»		23
Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	Практические занятия	8
Управление и бизнес-планирование коммуникационными проектами	Практические занятия	5
Разработка и реализация медиаконтента	Практические занятия	10
Модуль «Специальной профессиональной подготовки»		38
Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	Практические занятия	12
Количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью	Практические занятия	10
Управление агентством рекламы и СО и службой рекламы и СО	Практические занятия	8
Правовое обоснование, планирование и бюджетирование в сфере рекламы и связей с общественностью	Практические занятия	8
Модуль «Имиджевые технологии»		36
Корпоративная и PR-культура современной организации	Практические занятия	8
Технологии антикризисных PR-коммуникаций	Практические занятия	10
Коммуникационный менеджмент/Технологии GR-деятельности	Практические занятия	8
Репутационный менеджмент/Управление репутацией в online-среде	Практические занятия	10
Модуль «Технологии в управлении и мировом пространстве»		44
Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью	Практические занятия	8
PR в международном маркетинге	Практические занятия	10
PR в сфере госуправления и технологии лоббирования	Практические занятия	16
Политконсалтинг/Международный PR-консалтинг	Практические занятия	10

Практическая подготовка организуется:

1) непосредственно в Университете, в том числе в структурном подразделении БГУ, предназначенном для проведения практической подготовки: научно-исследовательская лаборатория: «Рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа» (руководитель: доцент Е.Н. Якубенко).

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: Департамент внутренней политики Брянской области; пресс-центр главного управления МЧС по Брянской области; Пресс-служба УМВД России по Брянской области; Пресс-центр АПХ «Мираторг»; 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

Оценочные средства для промежуточной аттестации предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины (модуля), практики. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) разрабатываются в соответствии с требованиями ФГОС ВО, программой курса, а также академическими традициями вузовских научных школ.

Для проверки *теоретических знаний* рекомендуется использовать следующие оценочные средства: коллоквиум; *круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты; портфолио*; рабочая тетрадь; разноуровневые задачи и задания; реферат; доклад, сообщение; собеседование; отчет, эссе, *творческое задание; тест*.

Для проверки *практических умений* в фонд оценочных средств рекомендуется включать: деловая и/или ролевая игра; кейс-задача; собеседование; контрольная работа; *круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты; портфолио*; проект; рабочая тетрадь; разноуровневые задачи и задания; *творческое задание; тест*.

При разработке фондов оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) не следует упускать из вида самостоятельную работу студента. Самостоятельная работа студента может осуществляться в различных формах: в виде выполнения тестов, теоретических и практических задач, творческой работы (эссе). Творческая работа - это некое упражнение, в котором могут быть представлены общие или предварительные, возможно, критические, соображения о каком-либо предмете или явлении. Практикуя эссе как форму контроля над работой студентов по изучению курса можно одновременно научить студентов лаконично, собранно излагать свои мысли, а также приобрести навыки академического письма. Для тем эссе необходимо подбирать наиболее актуальные и дискуссионные проблемы, интересные для студентов, где бы они могли в полной мере обосновать свою позицию. Эссе по дисциплинам прикладной этики должно обязательно включать в себя обзор основных точек зрения на обсуждаемую проблему, анализ конкретной ситуации, известных фактов. По материалам подготовленных эссе удобно проводить проблемные дискуссии. Приходя на занятие с готовыми письменными работами, студенты уже владеют сформулированной позицией, которую им будет легко высказать на обсуждении.

Самостоятельная письменная работа может быть выполнена не только в форме текста-рассуждения, но также, в зависимости от задания, представлять собой схему, таблицу, каталог. Интересными, творческими формами являются подготовка проекта исследования, опросного листа, презентации, обработка интервью фокус-группы, создание видео-ролика.

Иными формами контроля самостоятельной работы студента могут быть написание тезисов на конференцию, составление аннотации, подготовка рецензии на книгу или статью. Также продуктивной формой контроля может стать самостоятельный поиск кейса, сбор основных точек зрения о нём и формулировка собственного решения. К инновационным формам методов контроля самостоятельной работы можно отнести: создание Интернет-блога или группы в социальных сетях с последующей организацией дискуссии по различным темам изучения структур морального сознания, участие в конференции (круглом столе, семинаре) и подготовка отчёта с последующей публикацией, организация собственного теоретического семинара (секции конференции) с приглашением заинтересованных лиц. Указанные инновационные формы близки к проектным разработкам и могут быть использованы как формы научно-исследовательской (производственной) практики.

Каждая из перечисленных форм контроля качества обучения студентов, несомненно, имеет свою специфику, однако, все они вместе решают важнейшую задачу: способствуют развитию творческого потенциала будущих выпускников, помогают им получить навыки формулирования и обоснования собственной, ответственной позиции. Важно также отметить, что все эти виды контроля являются сугубо индивидуальными формами работы преподавателя со студентами, и в этом их большое преимущество перед коллективными формами.

Ниже приведены примерные методические рекомендации по организации некоторых видов самостоятельной работы обучающихся:

Рекомендации к проведению круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов
Технология диалогичной формы организации практического занятия предполагает следующие этапы:

1. Постановка проблемы.
2. Организация групповой работы (все обучающиеся распределяются по группам в зависимости от функциональной позиции: широко информированный участник; автор большинства идей и, реализующий свой потенциал в «мозговом штурме»; человек критического мышления, аргументированно фильтрующий идеи; человек, реализующий идеи и доводящий их до логического завершения и др.).
3. Проведение круглого стола, дискуссии, полемики, диспута или дебатов.
4. *Критерии оценки:* Экспертная 5 (или 10) балльная оценка (инициатива, поддержка, согласие, подчинение, отвержение). Экспертами могут выступать обучающиеся.

1-2 этапы реализуются за 2 недели до проведения практического занятия, 3-4 этапы проводятся непосредственно на практическом занятии.

Содержание заявленной диалогичной формы должно соответствовать заявленным компетенциям в РПД.

Оценочные средства: можно использовать экспертную 5 (или 10) балльную оценку (активность, инициативность, аргументированность высказанной точки зрения).

Требования к портфолио

Учебное портфолио рассчитано на время изучения конкретной дисциплины и может содержать следующие категории:

- 40% обязательные (например, промежуточные письменные самостоятельные или контрольные работы);
- 30% поисковые (например, выполнение проектов как индивидуальных, так и групповых; решение нестандартных задач);
- 15% ситуативные (например, приложение изученного материала; выполнение графических и лабораторных работ);
- 10% описательные (например, ведение дневника, написание реферата, эссе, отзывов);
- 5% внешние (например, результаты тестов, отзывы однокурсников);

Содержание портфолио должно соответствовать заявленным компетенциям в РПД.

Требования к проекту

Учебный проект может быть практико-ориентированным, исследовательским или информационным. Продуктом проектной деятельности могут быть в сфере рекламы и связей с общественностью (PR) может быть целый комплекс решений - от отдельных материалов до масштабных кампаний.

- Контент-план и материалы. Детальный план публикаций в соцсетях, на сайте или в СМИ на определённый период. Сюда же относятся конкретные форматы: статьи для блога, посты, инфографика, видеоролики, кейсы, экспертные колонки.

- Рекламные материалы. Баннеры, листовки, плакаты, 3D-макеты, видеоролики, аудиоролики, промо-сайты — всё, что визуально представляет продукт или услугу.

- PR-кампания. Целенаправленная совокупность мероприятий: пресс-конференции, тематические мероприятия (фестивали, мастер-классы), работа с инфлюенсерами, благотворительные акции, кризисные коммуникации, лоббирование интересов.

- Стратегические документы. Техничко-экономическое обоснование проекта, бизнес-план, креативный бриф (документ, который задаёт тон всей кампании, фиксирует цели, целевую аудиторию, ключевые сообщения и ограничения), медиаплан.

- Цифровые продукты. Если проект связан с онлайн-пространством, итогом может стать веб-приложение, чат-бот, онлайн-курс, интерактивная карта, симулятор выбора продукта, виртуальная примерочная.

Структура проекта:

1. Исследование и анализ.

На этом этапе собирают и анализируют данные для принятия решений:

- **аудит текущего состояния:** репутация бренда, узнаваемость, прошлые кампании;
- **анализ целевой аудитории (ЦА):** демография, психографика, поведенческие паттерны, боли и потребности;

- **конкурентный анализ:** стратегии конкурентов, их сильные и слабые стороны, тональность коммуникации;
- **медиаландшафт:** релевантные СМИ, блогеры, лидеры мнений, особенности их аудитории;
- **SWOT-анализ:** сильные и слабые стороны бренда, возможности и угрозы внешней среды;
- **формулировка проблемы/возможности:** что нужно решить или использовать (например, низкий уровень доверия к бренду или выход на новый рынок).

2. Стратегическое планирование.

Разработка стратегии и тактики:

- **постановка целей по SMART:** конкретные, измеримые, достижимые, релевантные, ограниченные по времени (например, «увеличить узнаваемость бренда на 15 % среди женщин 25–40 лет в течение 3 месяцев»);
- **сегментация ЦА:** разбивка аудитории на группы с разными коммуникационными стратегиями;
- **ключевые сообщения:** основные идеи, которые нужно донести до аудитории (краткие, запоминающиеся, эмоционально резонирующие);
- **выбор каналов коммуникации:** СМИ, соцсети, инфлюенсеры, офлайн-мероприятия и т. д.;
- **бюджетирование:** распределение ресурсов по каналам и активностям;
- **календарный план:** график активностей с учётом сезонности, информационной повестки и других факторов;
- **KPI и метрики эффективности:** какие показатели будут отслеживаться (охват, вовлечённость, конверсия и т. п.).

3. Реализация.

Запуск кампании и управление процессами:

- **создание контента:** разработка рекламных материалов, PR-текстов, визуалов;
- **адаптация под каналы:** один и тот же посыл подаётся по-разному для разных платформ (для деловых СМИ — акцент на цифрах, для соцсетей — на эмоциях);
- **запуск активностей:** размещение рекламы, рассылка пресс-релизов, проведение мероприятий, работа с инфлюенсерами;
- **мониторинг в реальном времени:** отслеживание реакции аудитории, оперативное реагирование на обратную связь;
- **управление кризисами:** быстрое решение непредвиденных проблем (негативные комментарии, технические сбои).

4. Оценка эффективности.

Анализ результатов и выводы:

- **сбор данных:** охват, количество публикаций, вовлечённость, переходы на сайт и т. д.;
- **сравнение с KPI:** достижение целей по каждому показателю;
- **качественный анализ:** тональность упоминаний, восприятие бренда, отзывы аудитории;
- **финансовая оценка:** ROI (возврат инвестиций), стоимость контакта, эффективность каналов;
- **отчётность:** подготовка итогового документа с результатами и рекомендациями;
- **корректировка стратегии:** внесение изменений в кампанию или планирование следующих этапов.

Критерии оценивания выполненных проектов: аргументированность выбора темы, обоснование потребности, практическая направленность и значимость проекта, дидактическая ценность; объем и полнота разработок, реалистичность; оригинальность, новизна; грамотность.

Требования к тестам

Тесты по форме заданий могут быть закрытого типа, открытого типа, установление соответствия, упорядочивание последовательности.

Необходимо указать:

- количество тестовых заданий;
- варианты ответов;
- как *оценивается* правильный вариант ответа;
- максимально возможное количество баллов при прохождении тестового задания;
- время на выполнение тестового задания.

Содержание тестовых заданий должно соответствовать заявленным компетенциям в РПД.

Требования к кейс-заданию

Кейс-задание должно быть построено так, чтобы его решение было направлено на проверку сформированности *профессиональных компетенций*, указанных в РПД.

Структура кейса:

- организационно-методическая (указывается раздел учебной дисциплины, при изучении которого формируются конкретные компетенции; формулируются вопросы, требующие соответствующего ответа или решения, как правило, формулируются от 2 до 5 вопросов; в зависимости от содержания и трудности вопросов определяется минимальное время для решения кейса);

- содержательная (представляется кейс и задания к нему; если необходимо, дополнительная информация; инструкция по работе с кейсом)

- критериально-оценочная (критерии, уровни и шкала оценивания).

Содержание кейс-задания должно соответствовать заявленным компетенциям в РПД.

Критерии оценки: степень полноты и правильность решения задачи; степень обоснованности (аргументация способа решения задачи); соответствие профессиональному стандарту.

Уровни оценки: оптимальный, допустимый, критический, недопустимый. Указывается шкала оценки в баллах и процент выполненных заданий.

Собеседование - индивидуальная форма контроля в виде беседы преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной. Собеседование рассчитано на выяснение объема знаний, обучающего по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Необходимо сформулировать не менее 5-10 вопросов для обсуждения по разделу или теме. Содержание вопросов для собеседования должно соответствовать заявленным компетенциям в РПД.

Компетенции – это комплексные характеристики готовности выпускника применять полученные знания, умения и личностные качества в стандартных и изменяющихся ситуациях профессиональной деятельности. Компетенция формируется поэтапно в процессе обучения путем освоения учебных дисциплин (модулей), прохождения практик, выполнения курсовых работ, самостоятельных заданий и т.д. База любой компетенции – это знания, умения, навыки.

Критерии оценивания сформированности компетенции или ее части на каждом этапе Организация разрабатывает самостоятельно.

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

Индикаторы компетенции (результаты обучения)	Шкала уровня сформированности компетенции			
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

Полнота знаний	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.
Наличие умений	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Выполнены все задания в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные и дополнительные задачи без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.

Характеристика сформированности компетенции	Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. Требуется повторное обучения.	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач, но требуется дополнительная практика по большинству профессиональных задач.	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.
Уровень сформированности компетенций	Низкий	Минимально допустимый (пороговый)	Средний	Высокий

5.5. Программа государственной итоговой аттестации

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты, а также подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.

Государственные итоговые аттестационные испытания предназначены для определения общепрофессиональных и профессиональных компетенций магистра, определяющих его подготовленность к решению профессиональных задач, установленных федеральным государственным образовательным стандартом, способствующих его устойчивости на рынке труда и продолжению образования.

Аттестационные испытания, входящие в состав государственной итоговой аттестации выпускника, соответствуют основной образовательной программе высшего образования, которую он освоил за время обучения.

Выпускная квалификационная работа – самостоятельное тематически и логически законченное научное исследование, выполненное лично обучающимся под руководством научного руководителя, содержащее постановку и решение проблемы, актуальной для современной науки и представляющей интерес с практической точки зрения, оформленное в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению. Организация самостоятельно разрабатывает процедуры всех этапов подготовки выпускной квалификационной работы обучающегося и критерии оценивания в соответствии с ориентацией ОПОП на типы задач и области профессиональной деятельности.

Положения об итоговой государственной аттестации выпускников вузов, утверждается Минобрнауки России и требований ФГОС ВО по направлению подготовки.

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.brgu.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.

6.1.2. 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 (и.о. заведующего кафедрой, к.филло.н. Левичева Е.В.) и лаборатории рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа (руководитель: к.экон.н., доцент Якубенко Е.Н.) Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

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

6.3.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), 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. Не менее 60 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 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 ПРОпаганды «ЛОБО» (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» (и.о.заведующего кафедрой – **Левичева Елена Васильевна**, 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:

Киютин Ирина Ивановна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций БГУ. Ирина Ивановна является автором научных трудов в сфере управленческих технологий в рекламе и связям 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 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 рекламы и связей с общественностью. Левичева Е.В. с магистрантами осуществляет работу по исследованиям современной медиаиндустрии и актуальных проблем СМИ в современных рыночных условиях.

Смеюха Виктория Вячеславовна – доктор филологических наук, профессор. Автор учебника «Политический маркетинг». В рамках научно- исследовательской лаборатория рекламы, PR-коммуникаций и масс-медиа профессор Смеюха В.В. с магистрантами осуществляет работу в СИБ с целью овладения принципами отечественной пропаганды, женской прессы в годы ВОВ, корпоративной и PR-культуры современной организации.

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.

В процессе оценки качества условий осуществления образовательной деятельности по основной профессиональной образовательной программе Университет ориентируется на общие критерии, утвержденные Минобрнауки России:

- 1) Открытость и доступность информации о деятельности университета по основной профессиональной образовательной программе.
- 2) Комфортность условий, в которых осуществляется образовательная деятельность.
- 3) Доступность услуг для инвалидов (оборудование помещений и прилегающей к ней территории с учетом доступности для инвалидов, обеспечение условий доступности, позволяющих инвалидам получать образовательные услуги наравне с другими).
- 4) Доброжелательность, вежливость работников Университета.
- 5) Удовлетворенность условиями ведения образовательной деятельности.

6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы.

6.1. Характеристика целевых установок воспитательной деятельности факультета педагогики и психологии по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

Целевые установки воспитательной деятельности, реализуемые в рамках воспитательной работы филологического факультета: 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.

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.

6.2. Характеристика информационного компонента социокультурной среды, обеспечивающего проведение внеучебной работы по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

Для информационного обеспечения студентов, поддержки и развития внеучебной работы по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах используются студенческие средства массовой информации: стенды профессионально-педагогической тематики в специализированных учебных кабинетах, в холле 3 этажа (филологический факультет).

Особое внимание формированию личностной и профессиональной готовности обучаемых по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах уделяется в контексте работы группы кафедры психологии, социологии и социальной работы в социальной сети: <https://vk.ru/ffbg>.

6.3. Характеристика приоритетных направлений организации внеучебной и воспитательной работы, отражающих специфику 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

Успешность решения задач внеучебной и воспитательной работы с обучающимися по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах, обеспечивается организацией мероприятий по адаптации обучающихся 1 курса к условиям обучения на факультете (организационные собрания, знакомство с правилами внутреннего распорядка обучаемых университета и другими нормативно-правовыми документами, помощь по вселению в общежитие и др.). В ней участвуют представители деканата, преподаватели - кураторы, а также обучающиеся старших курсов – кураторы, в том числе из числа обучающихся по указанному направлению подготовки. Кроме того, обучающиеся направления 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах принимают участие в организации различных мероприятий по внеучебной и социокультурной работе, поскольку являются лидерами органов студенческого самоуправления факультета.

Наибольший интерес обучающиеся указанного профиля подготовки проявляют к проектам в области профилактики девиантного поведения, пропаганды здорового образа жизни, социальной направленности. Они являются постоянными участниками конкурса «Лучший профорг факультета педагогики и психологии», организуют «Посвящение в студенты филологического факультета», принимают участие в общеуниверситетских фестивалях «Первокурсник», «Студенческая весна» и другие.

В составе делегации факультета педагогики и психологии обучающиеся направления 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах участвуют в традиционных общегородских и университетских массовых мероприятиях (праздничные шествия и митинги, посвященные Дню Победы 9 мая; Дню города Брянска 17 сентября; Дню народного единства-4 ноября и др.); являются членами факультетских объединений культурно-творческой направленности.

Обучающиеся направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах имеют высокие достижения в культурно-творческой, общественной и научно-исследовательской деятельности факультета, университета: благодарности, грамоты, являются победителями университетских конкурсов. Эти материалы представлены в портфолио персональных достижений обучающегося, экспертиза которых является основанием для получения академических стипендий в повышенном размере.

6.4. Формы внеучебной работы.

Обучающиеся направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах систематически принимают участие в кафедральных, факультетских, общеуниверситетских, городских, региональных мероприятиях.

Основные формы внеучебной работы:

1. Беседы по следующей тематике: «ЗОЖ - необходимый элемент жизни студента», «Культура делового общения», «Как нужно готовится к зачетно-экзаменационной сессии», «Информационная безопасность и гигиена» и др.

2. Конференции, форумы гражданско-патриотической, научно-исследовательской направленности: «Патриотическое воспитание в поликультурном пространстве славянского приграничья», «Социально-психологические вызовы современного общества. Проблемы. Перспективы. Пути развития».

3. Панельные дискуссии, акции, викторины различной тематики.

4. Конкурсы стенных газет социально-педагогической направленности.

5. Встречи с представителями профессионального сообщества рекламистами, копирайтерами. PR-специалистами.

6. Индивидуальная работа со студентами и их родителями в рамках профилактики различных проблем (проживания в общежитии, учебной и научно-исследовательской деятельности, коммуникации в учебной группе и др.).

7. Создание и развитие контента для обучающихся в социальных сетях психологической и социальной направленности.

8. Участие обучаемых в общеуниверситетских: фестивалях и конкурсах: «Первокурсник», «Великолепная пятерка», «Литературно-театральный фестиваль», «Универвидение», «Студенческая весна», «Лидер БГУ».

9. Поддерживается инициатива обучающихся по их участию в мероприятиях регионального, всероссийского и международного уровней.

6.5. Характеристика деятельности по социальной адаптации и социально-психологической поддержке обучающихся направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

В области социальной поддержки студентов направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах представители деканата и преподаватели кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций представители студенческого актива взаимодействуют со специальными структурными подразделениями и социальными службами университета (Центр содействия трудоустройству выпускников БГУ, профсоюзный комитет, отдел социокультурной политики и воспитательной работы университета).

Осуществляется кураторское сопровождение академических групп, цели которого реализуются преподавателями кафедры русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций: помощь обучающимся 1 курсов в адаптации условиям проживания в общежитии и обучения в вузе, индивидуальное консультирование обучающихся из социально незащищенных групп населения, контроль успеваемости. Ежегодно разрабатывается и обновляется социальный паспорт направления подготовки, в котором ведется учет студентов-сирот, студентов-инвалидов, студентов, пострадавших в результате аварии на Чернобыльской АЭС, студентов из материально-необеспеченных семей. Данные обучающиеся принимают участие в общественной и культурно-массовой работе, оздоровительных мероприятиях.

6.6.6. Мониторинг и внутренняя система оценки воспитательной деятельности по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах.

На факультете проводятся опросы обучающихся направления подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах с целью изучения условий проживания в общежитии, выявления факторов риска личностного развития, оценки результативности форм внеучебной воспитательной работы, достижений обучающихся в области культурно-творческой, общественной, научно-исследовательской деятельности (по семестрам) и др.

Систематически на заседаниях кафедры психологии, социологии и социальной работы, Ученого совета факультета, студенческого совета проводится анализ состояния воспитательной работы по данному направлению подготовки.

Используются различные формы поощрения студентов: вручение благодарностей, грамот, дипломов, призов, организация бесплатных экскурсий, назначение стипендии за особые успехи.

Таким образом, социокультурная среда филологического факультета обеспечивает гармоничное развитие личности обучаемого по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и коммуникативной сферах, формирует профессионально и социально значимые личностные качества, компетенции, в числе которых готовность взаимодействовать с различными субъектами образовательного процесса, решению проектных, социально-педагогических, психолого-педагогических задач, презентации своих достижений.

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 06.04.2021 №245), 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 студентов-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 образовательной деятельности инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 27.03.2025г., протокол №4 (приказ БГУ от 28.03.2025г. №51).

6. Положение о кафедре ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 30.08.2024г., протокол №10 (приказ БГУ от 11.09.2024г. №156).

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. Положение о порядке оформления возникновения, изменения, приостановления и прекращения отношений между ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского» и обучающимися и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся, утвержденное решением ученого совета Университета от 28.03.2024 г., протокол №3 (приказ БГУ от 29.03.2024 г. №37).

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 27.03.2025г., протокол №4 (приказ БГУ от 28.03.2025г. №50).

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 27.03.2025г., протокол №4 (приказ БГУ от 28.03.2025 г. №49).

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 приказами БГУ от 08.04.2022 г. №55, от 29.03.2024 г. №37).

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 в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г.

Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 27.03.2025 г., протокол №4 (приказ БГУ от 28.03.2025г. №48).

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 приказами БГУ от 08.04.2022 г. №55, от 29.03.2024 г. №37).

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 освоения обучающимися учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, дополнительных образовательных программ в организациях, осуществляющих образовательную деятельность, утверждённый решением учёного совета Университета от 30.08.2024 г., протокол №10 (приказ БГУ от 30.08.2024 г. №135).

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 28.03.2024г., протокол №3 (приказ БГУ от 29.03.2024г. №37).

35. Положение об электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 28.03.2024 г., протокол №3 (приказ БГУ от 29.03.2024 г. №37).

36. Положение об электронной системе обучения ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 28.03.2024 г., протокол №3 (приказ БГУ от 29.03.2024 г. №37).

37. 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).

38. 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 с изменениями, внесёнными приказом БГУ от 29.03.2024г. №37).

39. 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).

40. 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).

41. Положение о расписании занятий и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённое решением учёного совета Университета от 21.11.2024 г., протокол №4 (приказ БГУ от 26.11.2024 г. №226).

42. 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).

43. Положение о цифровом индивидуальном портфолио обучающегося ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского», утверждённый решением учёного совета Университета от 28.03.2024г., протокол №3 (приказ БГУ от 29.03.2024г. №37).

44. 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).

45. 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).

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

47. 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).

Приложение 3. Учебный план и распределение компетенций

Размещается на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

Приложение 4. Календарный учебный график

Размещается на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

Приложение 5. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

Приложение 6. Программы практик

Размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

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

Размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

Приложение 8. Программа государственной итоговой аттестации

Размещаются на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

Приложение 9. Рецензия на ОПОП

Приложение 10. Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы.

Размещается на официальном сайте Университета в разделе «Образование» (подразделы «Основные профессиональные образовательные программы», «Реализуемые образовательные программы»).

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 очно-заочной 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,
кандидат педагогических наук, доцент Е.Н. Якубенко
«25» марта 2025 г.

2. Одобрена и рекомендована кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций к рассмотрению учёным советом филологического факультета

Протокол № 8 от «27» марта 2025 г.
И.о. зав. кафедрой русской, зарубежной
литературы и массовых коммуникаций,
кандидат филологических наук, доцент Е.В. Левичева
«27» марта 2025 г.

3. Одобрена и рекомендована учёным советом филологического факультета к рассмотрению учёным советом университета

протокол № 8 от «24» апреля 2025 г.
И.о. декана филологического факультета,
кандидат филологических наук, доцент И.Н. Никитина
«24» апреля 2025 г.

4. Согласовано:

Директор института русской и
романо-германской филологии
кандидат педагогических наук, профессор В.А. Гунько
«24» апреля 2025 г.

5. Утверждена на заседании Ученого совета университета

Протокол № 5 от «24» апреля 2025 г.

ЛИСТ ОБНОВЛЕНИЯ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы
магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в организационной и
коммуникативной сферах

1. Обновлены рабочие программы учебных дисциплин (модулей) / практик:

1.1. Обновлен фонд оценочных средств по следующим учебным дисциплинам (*практикам*): технологии антикризисных PR-коммуникаций, политконсалтинг, PR в сфере госуправления и технологии лоббирования.

1.2. Обновлен перечень учебно-методического и информационного обеспечения учебных дисциплин (*проведения практик*):

- основная учебная литература по дисциплинам (*практикам*) технологии антикризисных PR-коммуникаций, политконсалтинг, PR в сфере госуправления и технологии лоббирования:

1.3. Обновлена учебная литература:

Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 200 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19127-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583815> (дата обращения: 08.06.2026).

Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 344 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-19800-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582727> (дата обращения: 08.06.2026).

Клютина, И.И., Якубенко, Е.Н. Методические рекомендации по написанию выпускной квалификационной работы (магистерская диссертация) для магистрантов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (магистратура). – Брянск: РИСО БГУ, 2025. – 42 с.

Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 298 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20260-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582936> (дата обращения: 08.06.2026).

Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 451 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18861-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582925> (дата обращения: 08.06.2026).

Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 184 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/585984> (дата обращения: 08.06.2026).

Семенова, Л. М. Имиджмейкинг : учебник и практикум для вузов / Л. М. Семенова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 142 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21466-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587301> (дата обращения: 08.06.2026).

Трищенко, Д. А. Копирайтинг : учебник для вузов / Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15275-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587677> (дата обращения: 08.06.2026).

Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/583268> (дата обращения: 08.06.2026).

Чернов, А. В. Сторителлинг в интегрированных коммуникациях : учебник для вузов / А. В. Чернов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 131 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21098-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590170> (дата обращения: 08.06.2026).

Руководитель ОПОП _____ Якубенко Е.Н.

И.о.заведующего кафедрой РЗЛиМК _____ Левичева Е.В.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1. Разработана:

Руководитель ОПОП,

кандидат экономических наук, доцент

Е.Н. Якубенко

«17» апреля 2026 г.

2. Одобрена и рекомендована кафедрой русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций к рассмотрению учёным советом филологического факультета

Протокол № 6 от «17» апреля 2026 г.

И.о. зав. кафедрой русской, зарубежной

литературы и массовых коммуникаций,

кандидат филологических наук, доцент

Е.В. Левичева

«17» апреля 2026 г.

3. Одобрена и рекомендована учёным советом филологического факультета к рассмотрению учёным советом университета протокол № 6 от «24» апреля 2026 г.

Декан филологического факультета, кандидат филологических наук,
доцент

И.Н. Никитина

«24» апреля 2026 г.

4. Согласовано:

Директор института русской и романо-германской филологии кандидат
педагогических наук, профессор

В.А. Гунько «24» апреля

2026 г.

5. Утверждена на заседании Ученого совета университета:

Протокол № 3 от «24» апреля 2026 г.