

**ГОУ ВПО Российско-Армянский (Славянский)
университет**

Утверждено УС РАУ

Ректор Саидови Э.М.

«04» апреля 2025, протокол №8



ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Наименование образовательной программы: «Стратегические коммуникации в рекламе и СО»

Форма обучения очная

Программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО

№ 528 от 8 июня 2017 г.

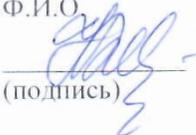
Согласовано:

Директор Института Маркарян Карен Ваникович

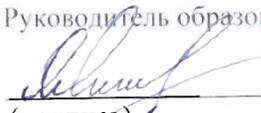
Ф.И.О.

(подпись)

Врио заведующего Кафедрой Кеворкова Нина Ильинична

Ф.И.О.

(подпись)

Руководитель образовательной программы Яникян Яна Вагановна


(подпись)

1. ПАСПОРТ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП), реализуемая Государственным образовательным учреждением высшего профессионального образования Российско-Армянский (Славянский) университет по направлению подготовки/специальности «42.04.01» (Реклама и связи с общественностью)».

ОПОП соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки/специальности «42.04.01» (Реклама и связи с общественностью)» (утвержден № 528 от 8 июня 2017 г.).

Объем ОПОП магистратуры составляет 120 зачетных единиц (4320 ак. часов) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не более 60 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Образовательная программа бакалавриата осуществляется в очной форме.

Срок получения образования по программе составляет 2 года.

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Стратегические коммуникации в рекламе и СО» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 528 "Об утверждении

федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью". ОПОП регламентирует содержание, объем, ожидаемые результаты образования, условия реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по направлению и направленности (профилю) подготовки и включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей), факультативов, рабочие программы практик, программу государственной итоговой аттестации (ГИА), оценочные и методические материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Направленность программы магистратуры обусловлена потребностями рынка и общества. Программа магистратуры направлена на подготовку универсального специалиста, сочетающего навыки специалиста в рекламе и связях с общественностью и управленца, способного самостоятельно проводить коммуникационный анализ, создавать и наполнять каналы коммуникации, выстраивать коммуникации организации, управлять коммуникационными подразделениями организации, руководить проектными командами в условиях быстро и постоянно изменяющейся современной среды. После завершения обучения выпускники смогут работать ведущими специалистами и руководителями рекламно-маркетинговых подразделений и подразделений по связям с общественностью организаций в государственном, общественном и коммерческом секторе; ведущими специалистами и руководителями подразделений коммуникационных агентств; сотрудниками и руководителями прессслужб государственных, общественных и коммерческих организаций; независимыми консультантами по коммуникационным процессам; авторами, редакторами и управленцами в новых медиа.

ОПОП имеет своей целью: развитие у обучающихся профессионально-личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 42.04.01– реклама и связи с общественностью. Формирование необходимых навыков организации научных исследований теоретического и прикладного характера, творческих компетенций профессиональной деятельности в сфере коммуникаций с учетом потребностей практики и современного рынка труда. Подготовка магистранта к реализации полученных профессиональных компетенций в деятельности служб маркетинга

предприятий и организаций, коммуникационных агентств, PR- служб в государственных, общественных и бизнес-структурах, научно-исследовательских и консалтинговых организациях.

2.2. Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

По окончании освоения ОПОП ВО и при условии прохождения ГИА выпускнику присваивается квалификация «Магистр» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
01	Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);
06	Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)
11	Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью

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

2.3. В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- проектно-аналитический;
- организационно-управленческий;
- производственно-технологический;
- авторский;

- научно-исследовательский.

2.4. В рамках освоения программы магистратуры входят учебная и производственная практики

Типы производственной практики:

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

2.4 В блок Государственной итоговой аттестации могут входить

- подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена,
- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

3.1 Образовательная программа устанавливает следующие универсальные компетенции

Наименование категории универсальных компетенций	Код универсальной компетенции (в соответствии с ФГОС)	Наименование УК (в соответствии с ФГОС)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
Системное и критическое мышление	УК – 1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК – 1.1	Знать инструменты критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
			УК – 1.2	Уметь обосновать применения инструментов критического анализа проблемных ситуаций на

				основе системного подхода, выработки стратегии действий.
			УК – 1.3	Владеть навыками критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработки стратегии действий.
Разработка и реализация проектов	УК – 2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК – 2.1	Знать принципы и современные методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
			УК – 2.2	Уметь обосновать применение выбранных современных методов управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
			УК – 2.3	Владеть современными методами управления проектом на всех этапах его жизненного цикла.
Командная работа и лидерство	УК – 3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК – 3.1	Знать методы командообразования, разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
			УК – 3.2	Уметь характеризовать методы командообразования, разработки командной стратегии для достижения поставленной цели.
			УК – 3.3	Владеть навыками организации и руководства работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК – 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК – 4.1	Знать современные правила ведения деловой переписки, нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальные форматы устного общения (приветствие, прощание, small talk, основные аспекты

				<p>профессиональной деятельности, базовые навыки ведения переговоров), методы совершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.</p>
			УК – 4.2	<p>Уметь применять современные правила ведения деловой переписки, актуализировать их, идентифицировать и применять адекватные нормы письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, использовать актуальные форматы устного общения, использовать методы совершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности</p>
			УК – 4.3	<p>Владеть современными правилами ведения деловой переписки, методами их актуализации, приемами идентификации и применения адекватных норм письменной коммуникации в рамках делового и профессионального общения для различных видов и уровней коммуникации, актуальными форматами устного общения приемами совершенствования навыков межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности.</p>
Межкультурное взаимодействие	УК – 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК – 5.1	<p>Знать предмет и основные концепции современной философии науки, генезис смены типов научной рациональности, модели исторической реконструкции науки, механизм формирования нового знания, структуру, содержание и</p>

				методы научной деятельности на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
			УК – 5.2	Уметь ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
			УК-5.3	Владеть способностью и готовностью ориентироваться в предмете и основных концепциях современной философии науки, структурировать типы научной рациональности и модели исторической реконструкции науки, применять механизм формирования нового знания и осуществлять научную деятельность на основе анализа и учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК – 6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	УК – 6.1	Знать инструменты определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
			УК – 6.2	Уметь обосновать выбор инструментов определения и реализации приоритетов собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
			УК – 6.3	Владеть навыками определения и реализации приоритетов собственной

				деятельности и способов ее совершенствования на основе самооценки
--	--	--	--	---

3.2. Образовательная программа устанавливает следующие общепрофессиональные компетенции

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы все компетенции, установленные ОПОП.

Наименование категории (группы) общепрофессиональной компетенции	Код ОПК (в соответствии с ФГОС)	Наименование ОПК (в соответствии с ФГОС)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1.	Знает основные понятия, теоретических концепций медиатекста, рекламного текста; особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
			ОПК-1.2.	Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов разных медиасегментов и платформ; осуществлять подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и

				иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
			ОПК-1.3.	Владеет технологией подготовки актуальных и востребованных медиатекстов и (или) медиапродуктов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями 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.	Умеет выявлять причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
			ОПК-2.2.	Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
			ОПК-2.3.	Владеет методами отражения объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
Межкультурные коммуникации	ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

			ОПК-3.2	Умеет применять средства художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
			ОПК-3.3	Владеет программными средствами для создания приемов художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах
Аудитория	ОПК- 4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; методы исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
			ОПК-4.2	Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов
			ОПК-4.3	Владеет методами исследования и выявления потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	ОПК- 5	Способен принимать профессиональные решения, 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	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,

				национальном и региональном уровнях
			ОПК- 5.2	Умеет осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
			ОПК- 5.3	Владет правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона
Технологии	ОПК- 6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК- 6.1	Знает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
			ОПК- 6.2	Умеет отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта
			ОПК- 6.3	Владет навыками работы с техническими средствами и информационнокомму

				никационными технологиями для создания медиапроекта и (или) медиапродукта
Социальная ответственность	ОПК – 7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК – 7.1	Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
			ОПК – 7.2	Умеет осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области медиакommunikаций
			ОПК – 7.3	Владеет методами поиска корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области медиакommunikаций.

3.3 Образовательная программа устанавливает следующие профессиональные компетенции

Код профессиональной компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование профессиональной компетенции (в соответствии рабочим с учебным планом)	Код индикатора достижения компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)	Наименование индикатора достижений компетенций (в соответствии рабочим с учебным планом)
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики	ПК-1.1	Знает современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

	коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.2	Умеет создавать авторский материал, сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; адаптировать медиатексты под особенности канала распространения информации; осуществлять редактирование различных типов в соответствии с целевой аудиторией, для которой он предназначен;
		ПК-1.3	Владеет технологией подготовки и редактирования медиатекстов; программными и техническими средствами подготовки и редактирования медиатекстов; технологией распространения медиатекстов с помощью различных технологических каналов
ПК – 2	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК – 2.1	Знает теорию и технологии менеджмента; нормативноправовую документацию, регламентирующую медиасреду; особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности;
		ПК – 2.2	Умеет принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности; осуществлять статистический анализ; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений
		ПК – 2.3	Владеет современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве;
ПК-3	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы, проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1	Знает теорию и технологии маркетинга; особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде; методы качественного и количественного анализа
		ПК-3.2	Умеет использовать маркетинговые коммуникации для продвижения на медиарынке; получать,

			<p>интерпретировать и представлять результаты исследования, разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию для продвижения; составлять на основе исследований практические рекомендации и прогнозировать тенденции коммуникационной сферы</p>
		ПК-3.3	<p>Владеет способами контроля и оценки организации маркетинговой деятельности; технологиями реализации маркетинговой стратегии</p>