



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом ДВФУ
(протокол от «06» марта 2023 г.
№02-23)

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Программа магистратуры

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника - магистр

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы *2 года*

Год начала подготовки: 2023

Владивосток
2023

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017г. № 528.

Рассмотрена и утверждена на заседании Ученого совета Школы искусств и гуманитарных наук «14» февраля 2023 г. (протокол № 7)

Руководитель ОП ВО



подпись

Захаркин Р.А

Заместитель
директора Школы



М.А. Волошина

Представители работодателей:


Главный специалист – пресс - секретарь
ООО «Газпром гелий сервис»



подпись

Бондаренко О. Ю.

Начальник управления
информации администрации
Артемовского городского округа



подпись

Рабинович Э. Д.

1. Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) магистратуры, реализуемая Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Дальневосточный федеральный университет» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа магистратуры представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда. на основе Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

Направленность ОПОП ориентирована на:

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

– Об Связь, информационные и коммуникационные технологии

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

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

Направленность программы определяет предметно-тематическое содержание, преобладающие виды учебной деятельности обучающегося и требования к результатам освоения ОПОП. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: магистр.

ОПОП представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде аннотации образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практик, программы ГИА, включающих оценочные средства и методические материалы, сведений о фактическом ресурсном обеспечении образовательного процесса, а также рабочую программу воспитания, календарного плана воспитательной работы.

2. Нормативная база для разработки ОПОП

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 г. «Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- приказ от 5 августа 2020 года о практической подготовке обучающихся Минобрнауки России N 885 Минпросвещения России N 390
- профессиональные стандарты, утвержденные приказами Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации;
- приказ Рособрнадзора от 14.08.2020 N 831"Об утверждении Требований к структуре официального сайта образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и формату представления информации" (Зарегистрировано в Минюсте России 12.11.2020 N 60867);
- приказ Минобрнауки России № 882, Минпросвещения России № 391 от 05.08.2020 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ» (вместе с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»);
- нормативные документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (Министерство образования и науки Российской Федерации), Федеральной службы по надзору в сфере образования и науки;

- Устав и локальные нормативные акты и документы ДВФУ.

3. Термины, определения, обозначения, сокращения

ВО – высшее образование;

ВСП – выпускающее структурное подразделение;

ГИА – государственная итоговая аттестация;

НИР – научно-исследовательская работа;

ОВЗ – ограниченные возможности здоровья

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОС ВО ДВФУ – образовательный стандарт высшего образования, самостоятельно устанавливаемый ДВФУ;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПК – профессиональные компетенции;

ПООП – примерная основная профессиональная программа;

ПСК – профессионально-специализированные компетенции;

РПД – рабочая программа дисциплины.

СПК – специальные профессиональные компетенции;

УК – универсальные компетенции;

УПК – универсальные профессиональные компетенции;

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

4. Цели и задачи основной профессиональной образовательной программы

Цель ОПОП - развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ОС ВО ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», определяющих способность выпускника (магистра) к активной общественной и профессиональной деятельности или продолжению образования.

Задачами основной образовательной программы являются:

– удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном, профессиональном и нравственном развитии путем получения образования на уровне магистратуры в области рекламы и связей с общественностью;

– удовлетворение потребностей общества в высококвалифицированных кадрах путем подготовки магистров в области связи с общественностью;

– создание условий для формирования у обучающихся знаний, умений и навыков, личностных качеств, необходимых для осуществления профессиональной деятельности;

– учет региональной специфики в ходе реализации содержания образования и формирования компетенций обучающегося по магистерской программе «Реклама и связи с общественностью».

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

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

5. Область профессиональной деятельности

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

- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии;
- сфера рекламы и связей с общественностью.

6. Объекты профессиональной деятельности

Перечень профессиональных стандартов (при наличии):

Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 февраля 2019 г. № 95н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 мая 2019 г., регистрационный № 54635);

Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973);

Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230);

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы профессиональной деятельности задач	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности(или области знания)

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	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	текст рекламы и связей с общественностью и

		предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	(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
	педагогический	Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	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
01 Образование и наука	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
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	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

ОПОП ВО реализуется:

- самостоятельно;
- с частичным применением электронного обучения (далее ЭО);
- на государственном языке.

7. Требования к результатам освоения ОПОП

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальное компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практиками
1. Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, определять стратегию действий	УК-1.1 Осуществляет критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода; УК-1.2 Осуществляет системный анализ проблемных ситуаций; УК-1.3 Вырабатывает стратегию действий на основе критического и системного анализа.	Знает формы критического и стратегического анализа в рамках рекламы и связей с общественностью, понятие проблемных ситуаций, основы системного подхода к деятельности в рекламе и PR. Умеет осуществлять критический анализ проблемных ситуаций, управлять коллективом при выработке стратегии действий в рамках кризисного PR. Владеет развитыми навыками системной деятельности в области анализа и выработки стратегии действий в проблемных ситуациях
2. Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1 Владеет навыками разработки и реализации проектов в коммуникационной сфере; УК-2.2 Оценивает реализацию проектов в коммуникационной сфере на всех этапах; УК-2.3 Управляет проектами в коммуникационной сфере на всех этапах их жизненного цикла.	Знает сущность и содержание, цели и задачи проектной деятельности, понятие «жизненный цикл» проекта, основные этапы его реализации, основные цели и задачи управления проектом. Умеет определять сущность и содержание конкретного рекламного или PR проекта, пути и способы его реализации, выбирать наиболее эффективные способы управления этим процессом. Владеет развитыми навыками проектной деятельности, умениями выбирать и использовать на практике современные механизмы реализации рекламных и PR проектов, эффективные методы управления и контроля за этим процессом.
3. Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели; УК-3.2 Организовывает работу команды, определяет стратегию ее деятельности; УК-3.3 Эффективно мотивирует команду для успешного выполнения поставленных целей.	Знает основы и принципы работы команд, основы стратегической и руководящей деятельности Умеет работать в команде, руководить группами и коллективами, управлять целенаправленной деятельностью. Владеет развитыми навыками деятельности в командах, качествами успешного руководителя, в том числе, при целедостижении.
4. Коммуникации	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на	УК-4.1 Применяет современные коммуникативные технологии в рамках реализации коммуникационных кампаний;	Знает основные современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.

	иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.2 Эффективно осуществляет социальные, профессиональные и другие коммуникации в рамках рекламной и PR деятельности;</p> <p>УК-4.3 Владеет навыками свободной коммуникации в рамках профессиональной деятельности.</p>	<p>Умеет применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.</p> <p>Владеет навыками применения современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия.</p>
5.Международное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p>УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, в рамках рекламной и PR деятельности;</p> <p>УК-5.2 Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом особенностей деловой и общей культуры представителей других этносов и конфессий, различных социальных групп при производстве рекламного и PR продукта;</p> <p>УК-5.3 Обеспечивает создание недискриминационной среды для участников межкультурного взаимодействия при личном общении и при выполнении профессиональных задач в области реламы и паблик рилейшнз.</p>	<p>Знает особенности различных культур, процесс межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет анализировать различные культуры, выявлять их особенности и проблемы, возникающие в процессе межкультурного взаимодействия.</p> <p>Владеет навыками осуществления анализа различных культур, выявления их особенностей и проблем, возникающих в процессе межкультурного взаимодействия.</p>
6. Самоорганизация и саморазвитие)	УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p>УК-6.1 Определяет приоритеты собственной работы, оценивает собственные ресурсы (личностные временные и др.) и их пределы, целесообразно их использует в рамках рекламной и PRдеятельности;</p> <p>УК-6.2 Определяет траекторию личного и профессионального саморазвития в рекламной и PR сфере и инструменты их целедостижения, в том числе образовательные (самообразование, повышения квалификации, переподготовка и др.)</p> <p>УК-6.3 Выстраивает гибкую профессиональную траекторию с учетом накопленного опыта профессиональной деятельности, изменяющихся требований рынка труда, стратегии личного развития, осуществляя</p>	<p>Знает основы самоденджмента, понятия деятельности и ее оценки, теоретические и методологические подходы к изучению деятельности личности и путей ее совершенствования, концепцию оценки результатов деятельности в рамках рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Умеет использовать теоретические и методологические подходы анализа деятельности, в том числе ее оценки и самооценки, в практической деятельности</p> <p>Владеет способностью применять в нужных границах технологии рекламы и связей с общественностью в практике управления деятельностью, в том числе собственной, производить</p>

		деятельность в области рекламы ее оценку. и паблик рилейшнз.
--	--	---

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	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p> <p>Знает понятия рекламы и связей с общественностью и коммуникационных технологий, методы сбора, обработки интерпретации Маркетинговых данных в области управления, процесс постановки и решения профессиональных задач</p> <p>Умеет отбирать и использовать процедуры и операции современных информационно-коммуникационных технологий в управленческой сфере, использовать их возможности в сфере социального управления для решения профессиональных задач.</p> <p>Владет алгоритмом использования современных информационно-коммуникационных технологий в области рекламы и связей с общественностью, стратегией постановки и решения профессиональных задач по руководству людьми по профилю своей деятельности и в смежных сферах.</p>
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	<p>ОПК-2.1. Выявляет причинноследственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов</p> <p>Знает сущность и содержание методов фундаментальных и прикладных социологических исследований, методики представления их результатов.</p> <p>Умеет применять</p>

		<p>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</p>	<p>методы фундаментальных и прикладных социологических исследований, и методики представления их результатов. Владеет развитыми навыками исследовательской деятельности в области социологии, в том числе навыками проведения прикладных социологических исследований и представления их результатов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>
<p>Культура</p>	<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает природу коммуникационных явлений и сущность коммуникационных процессов, влияющих на информационную безопасность. изучаемой дисциплины, основные социологические методы анализа социальных процессов и методы социального прогнозирования. Умеет давать объективную и аргументированную оценку различным коммуникационным явлениям и процессам, происходящим в обществе и его коммуникационной сфере, определять основные угрозы и проблемы достижения информационной безопасности в современном российском обществе. Владеет основными методами анализа коммуникационных явлений и процессов, происходящих в обществе и его коммуникационной сфере, навыками анализа и прогнозирования</p>

			коммуникационных процессов разного уровня.
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. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	Знает теорию и практику проведения коммуникационной экспертизы и консалтинга, методы разработки предложений и рекомендаций для их проведения в сфере рекламы и связей с общественностью. Умеет научно обоснованно действовать при проведении коммуникационной экспертизы и консалтинга, успешно применять данные технологии, пользоваться умением выработки предложений и рекомендаций. Владеет навыками научного анализа данных при проведении коммуникационной экспертизы и консалтинга; навыками разработки предложений и рекомендаций для их проведения на основе этических и содержательных принципов и современных технологий сферы рекламы и связей с общественностью.
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. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов	Знает основные особенности коммерческого сектора и политической сферы с точки зрения рекламы и связей с общественностью Умеет разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы,

		рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	правовых и этических норм регулирования Владеет навыками выявления особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем
Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	Знает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления деятельности в рекламе и публичных отношениях Умеет организовывать работу по рекламированию в политической сфере и в области коммерческого сектора, в области НКО Владеет навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий	Знает нормы и правила, основные понятия, правила и принципы, законы, теории, конкретные

		<p>профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности</p>	<p>факты, процедуры осуществления профессиональной деятельности с учетом принципов социальной ответственности Умеет прогнозировать выявлять проблемы с учетом оценки возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений Владеет основными методами анализа и прогнозирования возможных эффектов воздействия на аудиторию разрабатываемых коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности</p>
--	--	--	--

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Код ПС (при наличии ПС) или ссылка на иные основания	Код трудовой функции (при наличии ПС)	Индикаторы достижения компетенции
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий			
ПК-1 Организация работы и руководство предприятием (подразделение м) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью			<p>ПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства</p> <p>ПК-1.2. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.</p>
Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический			
ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики			<p>ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p>

профессиональной сферы			ПК-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.
Тип задач профессиональной деятельности: авторский			
ПК-3 Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью			ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ПК-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ПК-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии
Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический			
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций			ПК-4.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями). ПК-4.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями ПК-4.3. Разрабатывает и применяет современные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации ПК-4.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский			
ПК-5 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью			ПК-5.1. Формулирует концепцию научного исследования ПК-5.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-5.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы

8. Специфические особенности ОПОП

Актуальность направления магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» магистерской программы «Реклама и связи с общественностью» определяется возрастающим значением информации в жизни современного общества, а также тем, что

управлению потоками информации придается первостепенное значение в процессе эффективной кампании по рекламе и связям с общественностью предприятия, государственного или муниципального учреждения и отдельной личности.

– Специалисты в области «Рекламы и связи с общественностью» уже много лет остаются одними из самых востребованных на рынке труда. Профессионал в этой сфере должен уметь разрабатывать и проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок средствами рекламы и PR, а также формировать эффективные внутренние коммуникации.

– Выпускники ОПОП магистратуры, исходя из полученных знаний трудоустраиваются на предприятия и в организации различной формы собственности, в органы власти региона, округа и органы местного самоуправления, где занимаются стратегическим планированием информационных, коммуникационных и рекламных кампаний. Также выпускники способны заниматься аналитической деятельностью и прогнозированием в области рекламы и связей с общественностью и научной работой в области стратегического управления коммуникациями.

– В рамках образовательной программы читаемые курсы подобраны таким образом, чтобы сформировать у будущих выпускников профессиональные компетенции, полностью отвечающие запросам современного рынка труда, рекламного рынка и коммуникаций в области связей с общественностью. К числу таких дисциплин, к примеру, относятся такие как «Реклама и связи с общественностью в современной коммуникационной системе», «Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью», «Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний» в базовой части, «Имиджмейкинг в системе рекламы и связей с общественностью», «ATL и BTL в рекламных коммуникациях», «Процесс рекламы и связей с общественностью: изучение поведения потребителей», «общественностью» в вариативной части.

Указанные дисциплины в комплексе в процессе обучения позволяют сформировать профессиональные компетенции выпускника для проведения мероприятий в рамках организационно-управленческой деятельности, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности с учетом запросов работодателей, в том числе таких акторов рынка труда как: Департамент информационной политики Приморского края; Коммуникационное агентство «АГТ-Дальний Восток», РИА «Примамедиа», PR-агентство «Бабич и партнеры», РИА «Дейта.RU», ГТРК «Владивосток», ЗАО «Владмама» и другие рекламные и PR- агентства, отделы по связям с общественностью и рекламные подразделения предприятий всех форм собственности, пресс-службы органов власти региона и муниципальных администраций.

При разработке ОПОП 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» учтены требования:

- регионального рынка труда, состояние и перспективы развития внешнеэкономических связей Российской Федерации и Дальнего Востока;
- интеграции НИР студентов и образовательного процесса в рамках научно- исследовательских направлений кафедр, осуществляющих реализацию ОПОП;
- организации учебной и производственной практики на базе кафедры, учебных лабораторий, компьютерных классов, отделов университета, а также сторонних организаций, обладающих необходимым кадровым и научно- техническим потенциалом, имеющим с университетом Договора о сотрудничестве;
- сотрудничества с предприятиями Дальневосточного федерального округа с целью привлечения специалистов - практиков к учебному процессу;
- современных образовательных технологий;
- сквозные и междисциплинарные проекты, выполнение курсовых и дипломных работ (проектов) по реальной тематике; представление в специальных дисциплинах последних достижений в соответствующих предметных областях, применение информационных технологий в учебном

процессе (организация свободного доступа к ресурсам Интернет, предоставление учебных материалов в электронном виде; использование мультимедийных средств, и др.); тренинги, кейсы и пр.

Данная программа магистратуры направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» ориентирована на организационно-управленческую и коммуникационную деятельность.

Выпускники направления магистратуры «Реклама и связи с общественностью» смогут работать менеджерами по рекламе и связям с общественностью, пресс-секретарями, специалистами по развитию в государственных структурах федерального, регионального, местного уровней; негосударственных учреждениях и организациях, общественных организациях, СМИ, рекламных и коммуникационных агентствах, учреждениях и организациях политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей; рекламных подразделениях и подразделениях связей с общественностью коммерческих фирм и организаций различных сфер деятельности и отраслей народного хозяйства.

9. Структура и содержание ОПОП

Структура и объем программы магистратуры:

Структура программы		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	
	Обязательная часть	50 з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	32 з.е.
Блок 2	Практика	
	Обязательная часть	0 з.е.
	Часть ОПОП, формируемая участниками образовательных отношений	32 з.е.
Блок 3	Государственная итоговая аттестация:	6 з.е.
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена <i>(при наличии)</i>	0 з.е.
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	0 з.е.
Объем программы магистратуры		120 з.е.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет 41,7 процентов общего объема программы.

10. Особенности организации образовательного процесса по образовательной программе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ДВФУ реализуется организационная модель инклюзивного образования – обеспечение равного доступа к образованию для всех обучающихся с учетом различных особых образовательных потребностей и индивидуальных возможностей студентов. Модель позволяет лицам, имеющим ограниченные возможности здоровья (далее – лица с ОВЗ), использовать образование как наиболее эффективный механизм развития личности, повышения своего социального статуса. В целях создания условий по обеспечению инклюзивного обучения лиц с ОВЗ структурные подразделения ДВФУ выполняют следующие задачи:

– Департамент по работе с абитуриентами организует профориентационную работу среди потенциальных абитуриентов, в том числе среди лиц с ОВЗ: дни открытых дверей, профориентационное тестирование, вебинары для выпускников школ, учебных заведений профессионального образования, консультации для данной категории обучающихся и их родителей по вопросам приема и обучения, готовит рекламно-информационные материалы, организует взаимодействие с образовательными организациями;

– школы, совместно с Департаментом карьеры и стипендиальных программ, осуществляют сопровождение инклюзивного обучения инвалидов, решение вопросов развития и обслуживания информационно-технологической базы инклюзивного обучения, элементов дистанционного обучения инвалидов, создание безбарьерной среды, сбор сведений о лицах с ОВЗ, обеспечивают их систематический учет на этапах поступления, обучения, трудоустройства;

– организация по социализации и адаптации студентов с ограниченными возможностями «КИТ» обеспечивает адаптацию лиц с ОВЗ к условиям и режиму учебной деятельности, проводит мероприятия по созданию социокультурной толерантной среды, необходимой для формирования гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности всех членов коллектива к общению и сотрудничеству, к способности толерантно воспринимать социальные, личностные и культурные различия.

Содержание высшего образования по образовательным программам и условия организации обучения лиц с ОВЗ определяются адаптированной образовательной программой, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации, которая разрабатывается Федеральным учреждением медико-социальной экспертизы. Адаптированная образовательная программа разрабатывается при наличии заявления со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний. Обучение по образовательным программам обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Выбор методов обучения в каждом отдельном случае обуславливается целями обучения, содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, наличием времени на подготовку, с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья обучающихся.

ДВФУ обеспечивает обучающимся лицам с ОВЗ возможность освоения специализированных адаптационных дисциплин, включаемых в вариативную часть ОПОП ВО. Преподаватели, курсы которых требуют выполнения определенных специфических действий, представляющих собой проблему или действие, невыполнимое для обучающихся, испытывающих трудности с передвижением или речью, обязаны учитывать эти особенности и предлагать лицам с ОВЗ альтернативные методы закрепления изучаемого

материала. Своевременное информирование преподавателей о лицах с ОВЗ в конкретной группе осуществляется ответственным лицом, установленным приказом директора школы ДВФУ.

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ рабочие места для лиц с ОВЗ оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

При необходимости для лиц с ОВЗ могут разрабатываться индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики обучения. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для лиц с ОВЗ при желании может быть увеличен, но не более чем на год.

При направлении обучающегося с ОВЗ в организацию или на предприятие для прохождения предусмотренной учебным планом практики ДВФУ согласовывает с организацией (предприятием) условия и виды труда с учетом рекомендаций Федерального учреждения медико-социальной экспертизы и индивидуальной программы реабилитации лица с ОВЗ. При необходимости для прохождения практик могут создаваться специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых обучающимся с ОВЗ трудовых функций.

Для осуществления мероприятий текущего контроля успеваемости, промежуточной и итоговой аттестации лиц с ОВЗ применяются фонды оценочных средств, адаптированные для таких обучающихся и позволяющие оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения промежуточной и государственной итоговой аттестации для лиц с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумажном носителе,

письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

11. Сведения о кадровом обеспечении ОПОП ВО

Кадровое обеспечение реализации образовательной программы соответствует требованиям ФГОС. Сведения о кадровом обеспечении реализации ОПОП ВО размещаются на сайте ДВФУ в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Руководство. Педагогический (научно-педагогический) состав», ссылка на сайт:

<https://www.dvfu.ru/sveden/employees/>.

12. Сведения о наличии электронной информационно-образовательной среды ДВФУ

Обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде ДВФУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории ДВФУ, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда ДВФУ 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.

Электронная информационно-образовательная среда ДВФУ дополнительно обеспечена фиксацией хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы.

Реализация образовательной программы с применением электронного

обучения, дистанционных образовательных технологий:

- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное, посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

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.

13. Сведения о материально-техническом и учебно-методическом обеспечении

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в РПД.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ДВФУ.

ДВФУ 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).

Сведения о материально-техническом обеспечении ОПОП ВО, включая информацию о наличии оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий и самостоятельной работы обучающихся с перечнем основного оборудования, объектов физической

культуры и спорта, программного обеспечения, представлены в РПД.

14. Финансовые условия реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

15. Условия применения механизма оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по данной программе определяется в рамках системы внутренней и внешней оценки.

С целью совершенствования образовательной программы проводится внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся с привлечением работодателей и их объединений. Также в рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе осуществляется в рамках процедуры государственной аккредитации с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, соответствия требованиям профессиональных

стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

**Рецензия (оценка от работодателя)
на основную профессиональную образовательную программу
высшего образования – программу магистратуры 42.04.01 «Реклама и
связи с общественностью» 42.04.01, магистерская программа «Реклама и
связи с общественностью»**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования магистратуры «Реклама и связи с общественностью, 42.02.01 (далее – ОПОП ВО) разработана коллективом преподавателей департамента коммуникаций и медиа Школы искусств и гуманитарных наук ДВФУ.

ОПОП ВО представляет собой систему документов, разработанную на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», 42.04.01 уровня магистратура, утвержденного приказом Минобрнауки России №528 от 08.06.2017г.

Рецензируемая ОПОП ВО включает: общую характеристику; характеристику профессиональной деятельности магистра; компетенции выпускника, формируемые в результате освоения ОПОП ВО; календарный учебный график; учебный план; рабочие программы дисциплин; программы практик, научно-исследовательской работы; методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующий образовательной технологии; перечень учебной литературы необходимой для изучения дисциплин, практик, выполнения научно-исследовательской работы; программу государственной итоговой аттестации, в том числе фонды оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации и другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие высокое качество подготовки обучающихся.

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки (специальности).

Целью ОПОП является развитие у студентов личностных качеств и формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ОС ВО ДВФУ по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», определяющих способность выпускника (магистра) к активной общественной и профессиональной деятельности или продолжению образования. Магистры, освоившие данную образовательную программу, готовы к выполнению следующих типов задач профессиональной деятельности: производственно-технологических, организационно-управленческих, проектно-аналитических, научно-исследовательских, авторских.

ОПОП ВО отвечает требованиям ОС ВО ДВФУ по структуре и содержанию. Компетентность выпускников, планируемая в ОПОП ВО, соответствует требованиям АО «Корпорация развития Дальнего Востока и Арктики», предъявляемым к сотрудникам соответствующего функционала.

Выпускники могут с успехом занимать ряд должностей: руководитель отдела по связям с общественностью, руководитель рекламного агентства, пресс-секретарь, начальник управления информации и т.д.

Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Структура учебного плана в целом логична и последовательна. Оценка рабочих программ дисциплин позволяет сделать вывод о достаточном уровне как материального, так и методического обеспечения. Содержание соответствует требованиям основной характеристике ОПОП ВО.

Заключение: ОПОП ВО магистратуры «Реклама и связи с общественностью», 42.04.01 может быть принята в работу и реализовываться в рамках учебного процесса.

Рецензент,

Директор департамента маркетинга
АО «Корпорация развития
Дальнего Востока и Арктики»

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'O.E. Kalyonitskiy', written in a cursive style.

Кальницкий О.Е.