



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

**АННОТАЦИЯ
ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ
ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Программа магистратуры 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

*Наименование образовательной программы: Реклама и связи с
общественностью*

Владивосток 2023

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.

Направленность ОПОП ориентирована на:

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

– 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

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.

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.

Трудоемкость ОПОП ВО по направлению подготовки: 120 з.е.

Срок реализации образовательной программы: 2 года.

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 рекламы и связей 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.

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);

ОПОП ВО реализуется:

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

Специфические особенности ОПОП ВО:

– 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.

Пул преподавателей, состоящий из исследователей и практиков, докторов и кандидатов наук, обеспечивает обучение на программе и коммуникации с лучшими экспертами в области рекламы и связей с общественностью..

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.

Набор дисциплин базовой и вариативной части учебного плана подготовки по магистерской программе «Социология управления» достаточен для формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника.

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.

Набор дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана спроектирован с учетом запросов работодателей, таких, как органы государственной власти, силовые структуры, крупные предприятия и организации, образовательные учреждения и научно-исследовательские организации, маркетинговые компании и мониторинговые центры, имеющие в своей структуре социологические службы.

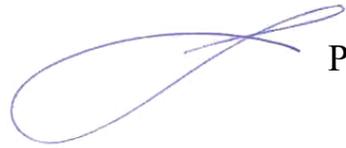
Указанные дисциплины в комплексе в процессе обучения позволяют сформировать профессиональные компетенции выпускника для проведения мероприятий в рамках организационно-управленческой деятельности, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности с учетом запросов работодателей, в том 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.

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.

ДВФУ формирует свою воспитательную систему в соответствии со своей спецификой, традициями, стратегическими приоритетами развития Дальнего Востока и миссией университета в Азиатско-Тихоокеанском

регионе, мировом образовательном пространстве, представляет собой ценностно-нормативную, методологическую, методическую и технологическую основы организации воспитательной деятельности на современном этапе развития университета.

Руководитель образовательной программы

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized loop followed by a horizontal stroke and a small upward tick.

Р.А. Захаркин