МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ С.Т. Князев
«25» ____04____ 2016 г.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ.
ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

PR и реклама: гармонизация межкультурных коммуникаций

Перечень сведений об образовательной программе	**Учетные данные**
Образовательная программа **PR и реклама: гармонизация межкультурных коммуникаций**	**Код ОП…**
Направление подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью	**Код направления и уровня подготовки** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Уровень подготовки Магистратура	
Квалификация, присваиваемая выпускнику Магистр	**Реквизиты приказа Минобрнауки РФ об утверждении ФГОС ВО**: 08.04.2015, № 372
ФГОС ВО	

Руководитель ОП Г.А. Савчук

Екатеринбург, 2016

Общая характеристика образовательной программы (далее – ОХОП) составлена авторами:

№	ФИО	Ученая степень, ученое звание	Должность	Кафедра
1	Савчук Г.А.	К.соц.наук, доцент	Зав.кафедрой	Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано:
учебно-методическим советом института государственного управления и предпринимательства
Протокол № 8 от 13.04.2016 г.

Согласовано:

Дирекция образовательных программ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Общая характеристика образовательной программы разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), описывает общие требования к результатам освоения программы, соответствующим характеристике будущей профессиональной деятельности выпускника, а также модульную структуру и условия реализации образовательной программы.

1.2. Образовательная программа согласована с работодателями – социальными партнерами: ООО «МОЛЛИНО Менеджмент» и ООО Туристическая компания «Аквамарин». Форма согласования: акты согласования от 25.08.2015.

1.3. Форма обучения и срок освоения образовательной программы:

Дневная форма обучения – 2 года.

1.4. Объем образовательной программы:

120 з.е.

1.5. Основные пользователи ОП:

- работодатели;
- абитуриенты и их родители;
- студенты;
- профессорско-преподавательский коллектив;
- администрация и коллективные органы управления вузом.

1.6. Требования к абитуриентам:

Определяются Правилами приема в УрФУ.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ И ОПИСАНИЕ ТРАЕКТОРИЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Область профессиональной деятельности выпускника, виды и задачи профессиональной деятельности по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, согласованы с представителями работодателей – социальными партнерами.

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Выпускник в соответствии с квалификацией «магистр» сможет осуществлять профессиональную деятельность в области:

коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, 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.

Выпускник сможет выполнять профессиональную деятельность на предприятиях и в организациях:

в службах маркетинга, рекламы и связей с общественностью коммерческих структур разных форм собственности; PR, рекламных, консалтинговых и BTL-агентствах; средствах массовой информации, а также департаментах по управлению коммуникациями (пресс-центрах, Центрах общественных связей, общественных приемных, информационно-аналитических службах, отделах социального маркетинга и др.) государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органах местного самоуправления, негосударственных и общественных учреждениях и организациях.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускников являются:

государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

2.3. Виды и задачи профессиональной деятельности выпускника

Магистрант готовится к следующим видам и задачам профессиональной деятельности:

Перечень видов профессиональной деятельности и соответствующих им профессиональных задач

№ пп	Вид (виды) профессиональной деятельности (ВПД)	Профессиональные задачи (ПЗ)
1	Организационно-управленческая	Управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью.
		Контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.
		Организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.
2	Коммуникационная	Руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий.
		Формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности.
		Создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации.
		Организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью.
3	Проектная	Разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью.
		Оценка качества и эффективности проектов.
4	Информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность	Руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга.
		Руководство подготовкой и проведением

		анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп.
		Постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования.
		Организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения.
		Анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и в конкурентной среде.
		Составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды.
		Разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно-обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.
		Проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управление деятельностью в сфере профессиональных компетенций.
5	Научно-исследовательская и педагогическая	Выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью.
		Определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий, а также стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью.
		Подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов.

2.4. Траектории образовательной программы

Образовательная программа не предусматривает выбора траекторий ОП.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения образовательной программы 42.04.01 «PR и реклама: гармонизация межкультурных отношений» выпускник должен освоить следующие группы компетенций:

общекультурные компетенции (ОК) в соответствии с ФГОС ВО

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК – 1);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК – 2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК – 3);
- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК – 4);
- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК – 5);
- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК – 6);

общепрофессиональные компетенции (ОПК) в соответствии с ФГОС ВО:

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК – 2);
- владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК – 3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК – 4);
- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК – 5);
- владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК – 6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологии и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК – 7);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК – 8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК – 9);

профессиональные компетенции (ПК) в соответствии с ФГОС ВО:

организационно-управленческая деятельность:

– способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой переработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК – 1);
– способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК – 2);
– способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК – 3);
– способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК – 4);
– способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК – 5);
– способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК – 6);
– способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК – 7);
– способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК – 8);
– способность к выработке нестандартных решений (ПК – 9);
– способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК – 10);
– способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК – 11);

коммуникационная деятельность:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК -12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК – 13);

проектная деятельность:

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК -14);
- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15);
- способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК -16);

информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК – 17);
- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК – 18);
- способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК – 19);

научно-исследовательская и педагогическая деятельность:

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК – 20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК – 21);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК – 22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК – 23);
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК – 24);
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК – 25);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК – 26).

дополнительные компетенции, согласованные с работодателями (ДПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способность планировать и организовывать рекламные компании и компании по связям с общественностью на зарубежном рынке (ДПК – 1);
- способность проводить международные мероприятия по повышению имиджа организации (ДПК – 2);
- способность организовать и провести международные выставки, презентации, event-мероприятия, в том числе он-лайн (ДПК – 3);
- способность управлять международными интернет-проектами (ДПК – 4);
- способность разрабатывать пакет документов для привлечения иностранных инвесторов (ДПК – 5);

коммуникационная деятельность:

- способность подготавливать коммерческую информацию для зарубежных инвесторов (ДПК – 6);
- способность руководить разработкой и размещением материалов компании на международных интернет носителях (ДПК – 7);
- способность руководить разработкой медиа-плана для размещения рекламы на международном рынке (ДПК – 8);
- способность руководить планированием и реализацией медийных рекламных кампаний в среде Интернет (ДПК – 9);
- способность руководить проведением рекламных кампаний в международных социальных сетях, форумах и блогах (ДПК – 10);

информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способность руководить подготовкой и проведением маркетинговых или социологических исследований на зарубежном рынке, с целью выявления потребностей, изучения рынка, изучения конкурентной среды компании (ДПК -11);
- способность руководить анализом эффективности международной рекламной деятельности предприятия в интернет (ДПК – 12);
- способность руководить мониторингом сайта компании, выявлять предпочтения международной целевой аудитории и готовить рекомендации по оптимизации интернет-сайта компании (ДПК – 13);
- способность руководить организацией мониторинга международных интернет – СМИ (ДПК – 14);
- способность понимать этнические особенности, традиции и организовывать эффективные коммуникации в полиэтничной среде (ДПК – 15);

– способность управлять деятельностью полиэтничного коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность за счет внедрения соответствующей корпоративной культуры (ДПК – 16);
– способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, нацеленных на изучение группового и индивидуального поведения (ДПК – 17).

Достижение результатов освоения образовательной программы осуществляется посредством освоения группы взаимосвязанных между собой компетенций (общекультурных, общепрофессиональных, профессиональных, профессионально-прикладных, дополнительных), составляющих укрупненные результаты обучения (РО), которые формируются в рамках модулей (составляющих их дисциплин) и позволяют выпускнику реализовать определенный вид профессиональной деятельности и соответствующие ему конкретные трудовые функции, профессиональные задачи. ОП предусматривает соответствие укрупненных РО и планируемых результатов освоения образовательной программы - компетенций. (Табл.2) Осваиваемые в рамках модулей (составляющих их дисциплин) РО обеспечивают поэтапность формирования результатов освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень планируемых результатов обучения и составляющих их компетенций

Код результата обучения	Результаты обучения	Компетенции, формируемые в рамках достижения результатов обучения
РО-О1	Определять тенденции, динамику социальных процессов и явлений, используя методы социально-философского, культурологического, психологического, лингвистического анализа, и применять полученную информацию для разработки концептуальных моделей в профессиональной деятельности.	– способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК – 1); – готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК – 2); – готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК – 3); – способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК – 5); – способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК – 6); – владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК – 3); – способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК – 4); – владение техниками установления

		профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК – 5); – владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК – 6).
РО-О2	Способность управлять проектированием, планированием и реализацией коммуникационной политики организации.	– способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК – 4); – способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1); – способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК – 2); – способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологии и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК – 7); – способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК – 9); – способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой переработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК – 1); – способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК – 2); – способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК – 3);

		– способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК – 4); – способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК – 5); – способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК – 6); – способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК – 7); – способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК – 8); – способность к выработке нестандартных решений (ПК – 9); – способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК – 10); – способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК – 11); – способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК -12); – способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК – 13); – способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК -14); – способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15); – способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК

		-16); - способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК – 17); - способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК – 18); - способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК – 19); - способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК – 20); - способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК – 21).
РО-О3	Способность готовить научные работы по результатам выполненных научно-практических исследований и использовать полученные результаты в практической деятельности.	- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК – 22); - способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК – 23); - способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК – 24); - способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК – 25); - способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК – 26).
РО-О4	Способность управлять международной коммуникационной	– владение методами делового общения в интернациональной среде,

	деятельностью организации.	способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК – 6); – готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК – 8); – способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК – 7); – способность планировать и организовывать рекламные компании и компании по связям с общественностью на зарубежном рынке (ДПК – 1); – способность проводить международные мероприятия по повышению имиджа организации (ДПК – 2).
РО-В1	Способность управлять международной коммуникационной деятельностью организации на основе понимания трансформаций коммуникаций в современном мире.	- способность проводить международные мероприятия по повышению имиджа организации (ДПК – 2); – способность организовать и провести международные выставки, презентации, event-мероприятия, в том числе он-лайн (ДПК – 3); – способность разрабатывать пакет документов для привлечения иностранных инвесторов (ДПК – 5); – способность подготавливать коммерческую информацию для зарубежных инвесторов (ДПК – 6); – способность руководить разработкой и размещением материалов компании на международных интернет носителях (ДПК – 7); – способность понимать этнические особенности, традиции и организовывать эффективные коммуникации в полиэтничной среде (ДПК – 15).
РО-В2	Способность разрабатывать и реализовывать коммуникационную стратегию компании для международных рынков.	– способность управлять деятельностью полиэтничного коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность за счет внедрения соответствующей корпоративной культуры (ДПК – 16);

		– способность руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, нацеленных на изучение группового и индивидуального поведения (ДПК – 17); – способность планировать и организовывать рекламные компании и компании по связям с общественностью на зарубежном рынке (ДПК – 1); – способность руководить разработкой медиа-плана для размещения рекламы на международном рынке (ДПК – 8); – способность руководить подготовкой и проведением маркетинговых или социологических исследований на зарубежном рынке, с целью выявления потребностей, изучения рынка, изучения конкурентной среды компании (ДПК -11).
РО-В3	Способность выбирать и применять наиболее корректные и эффективные коммуникативные технологии в международной среде.	- способность понимать этнические особенности, традиции и организовывать эффективные коммуникации в полиэтничной среде (ДПК – 15); – способность управлять международными интернет-проектами (ДПК – 4); – способность руководить планированием и реализацией медийных рекламных кампаний в среде Интернет (ДПК – 9); – способность руководить проведением рекламных кампаний в международных социальных сетях, форумах и блогах (ДПК – 10); – способность руководить анализом эффективности международной рекламной деятельности предприятия в интернет (ДПК – 12); – способность руководить мониторингом сайта компании, выявлять предпочтения международной целевой аудитории и готовить рекомендации по оптимизации интернет-сайта компании (ДПК – 13); – способность руководить организацией мониторинга международных интернет – СМИ (ДПК – 14).

РО-В4	Способность выбирать и применять наиболее корректные и эффективные коммуникативные технологии в международной среде для продвижения территории.	- способность планировать и организовывать рекламные компании и компании по связям с общественностью на зарубежном рынке (ДПК – 1); – способность организовать и провести международные выставки, презентации, event-мероприятия, в том числе он-лайн (ДПК – 3); – способность руководить организацией мониторинга международных интернет – СМИ (ДПК – 14); – способность понимать этнические особенности, традиции и организовывать эффективные коммуникации в полиэтничной среде (ДПК – 15).

4. СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ МАГИСТРАТУРЫ

4.1. Модульная структура образовательной программы

Образовательная программа магистратуры реализуется через систему модулей, каждый из которых представляет собой логически завершенную по содержанию, методическому обеспечению самостоятельную учебную единицу, ориентированную на формирование целостной группы взаимосвязанных компетенций, относящихся к конкретному результату обучения. (Табл.3)

Таблица 3

Структура образовательной программы

Блок 1	Группы модулей и их составляющие			Группа выбора	Пререквизиты модуля
1	2	3	4	5	6
	Обязательные модули				
Общая трудоемкость модуля, 8 з.е., в т.ч. базовая часть0 з.е. вариативная часть 8 з.е.	М1		Модуль «Научные коммуникации»		
Общая трудоемкость модуля, 22 з.е., в т.ч. базовая часть22з.е. вариативная часть 0 з.е.	М2		Модуль «Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями»		
	Обязательные модули				
Общая трудоемкость модуля, 8 з.е., в т.ч. базовая часть0 з.е. вариативная часть 8 з.е.	М3		Модуль «Технологии международных коммуникаций»		М1, М2
Общая трудоемкость модуля, 8 з.е., в т.ч. базовая часть0 з.е. вариативная часть 8 з.е.	М4		Модуль «Организация международных коммуникаций»		М1, М2

	Модули по выбору				
Общая трудоемкость модуля, 12 з.е., в т.ч. вариативная часть 12 з.е.	М5		Модуль «Методологические основы международных коммуникаций»	1	М1, М2
Общая трудоемкость модуля, 12 з.е., в т.ч. вариативная часть 12 з.е.	М6		Модуль «Социальные аспекты международных коммуникаций»	1	М1, М2
Общая трудоемкость модуля, 6 з.е.,	М7		«Прикладные аспекты международных коммуникаций»	2	М1, М2
в т.ч. вариативная часть 6 з.е.	М8		«Политические аспекты международных коммуникаций»	2	М1, М2
Общая трудоемкость блока 1 – 64 з.е., в т.ч. базовая часть – 22 з.е., вариативная часть – 42 з.е.					
Блок 2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)				
Общая трудоемкость блока 2 – 47 з.е., в т.ч. вариативная часть – 47 з.е.					
Блок 3	Государственная итоговая аттестация				
Общая трудоемкость блока 3 – 9 з.е., в т.ч. базовая часть – 9 з.е.,					
Объем образовательной программы 120 з.е., в т.ч. базовая часть 31 з.е., вариативная часть 89 з.е.. Факультатив 0 з.е.					

4.2. Распределение результатов обучения по модулям

Формирование результатов обучения распределяется по модулям образовательной программы (Табл. 4).

Таблица 4

Формирование результатов обучения по модулям

Модули								
	РО-О1	РО-О2	РО-О3	РО-О4	РО-В1	РО-В2	РО-В3	РО-В4
М1 «Научные коммуникации»	*							
М2 «Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями»		*						
М3 «Технологии международных коммуникаций»				*				
М4 «Организация международных коммуникаций»				*				
М5 «Методологические основы международных коммуникаций»					*			

М6 «Социальные аспекты международных коммуникаций»						*		
М7 «Прикладные аспекты международных коммуникаций»							*	
М8 «Политические аспекты международных коммуникаций»								*
Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	*	*	*	*				
Государственная итоговая аттестация	*	*	*	*				

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Доля штатных преподавателей составляет 76% от общего количества преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс в образовательной организации по данной программе.

Доля преподавателей, имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной программе составляет 75%.

Доля преподавателей, имеющих высшее образование и (или) ученую степень, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной образовательной программе, составляет 70%, с учетом междисциплинарного статуса ряда курсов.

Доля преподавателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной области не менее 3 лет) в общем числе преподавателей, обеспечивающих образовательный процесс по данной программе составляет программе 20%.

Студентам обеспечена возможность свободного доступа к фондам учебно-методической документации (методическому кабинету с учебной литературой и методическими пособиями, справочными изданиями, печатной периодикой, базами данных по различным отраслям знаний и проблемам, архивами курсовых и дипломных работ и др.), а также Интернет-ресурсам в помещении читального зала (комната 107) и единому каталогу научной библиотеки УрФУ.

Для реализации образовательной программы в трех компьютерных классах учебного корпуса имеется 47 компьютеров. Техника используется в учебном процессе, научно-исследовательской, а также самостоятельной работе студентов и преподавателей. Все учебные компьютеры объединены в 3 локальных сети, с выходом в Интернет. В учебном корпусе имеется доступ к Wi-Fi. В библиотеке установлены 11 компьютеров с выходом в интернет.

На всех компьютерах установлены операционные системы Windows xp или Windows7, или Windows8. Базовая установка Microsoft Office 10, антивирусная система ESET Endpoint, программы для работы с компьютерной графикой, анимацией, Web-дизайном. Установлены: один из самых мощных и удобных цифровых аудио-редакторов Sony Sound Forge Pro 11.0, редактор видео файлов Adobe Premiere Pro CS6 (x64), iMindMap.

Для работы в Интернет на всех машинах используются известные браузеры: Internet Explorer, GoogleChrome, Firefox, Opera.

Также имеются учебные программы:

- Vortex, для статистической обработки данных;
- ПР-Аналитик;
- авторская система работы с рекламным текстом Я.Л. Либермана.

Кроме того, студенты могут воспользоваться банком профессиональных материалов по рекламе и связям с общественностью:

- библиотекой клипартов (более 500 дисков),
- видеотекой,
- библиотекой кейсов,
- видеоархивом студенческих работ и рекламных роликов.

В реализации образовательной программы участвует лаборатория стратегических коммуникаций. Эта лаборатория используется для обучения студентов реальным технологиям бизнеса в

сфере рекламы и связей с общественностью в ходе учебной практики, сопровождения ряда специальных дисциплин и проведения научно-исследовательской работы, в том числе при работе над магистерской диссертацией.

6. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Для обеспечения инклюзивного обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья инвалидов образовательная программа реализует адаптивные условия обучения в соответствии с локальными нормативными актами УрФУ.

7. ОЦЕНИВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Запланированные результаты освоения образовательной программы (компетенции) формируются поэтапно в рамках модулей и составляющих их дисциплин.

Оценка качества освоения образовательной программы обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию. Государственная итоговая аттестация включает в себя защиту выпускной квалификационной работы.

Данные процедуры оценки результатов обучения регламентируются:

Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания учебной деятельности студентов и ее достижений при освоении основных образовательных программ высшего профессионального образования.

Положением о проведении промежуточной аттестации в форме независимого тестового контроля.

Документированной процедурой «Итоговая государственная аттестация выпускников».

8. ПРИЛОЖЕНИЯ К ОБЩЕЙ ХАРАКТЕРИСТИКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Приложение 1. Схема образовательных траекторий.

Схема образовательных траекторий

Шифр направления (специальности): **42.04.01**

Направление (специальность): Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа: **PR и реклама: гармонизация межкультурных коммуникаций**

Индекс модулей	Распределение модулей по семестрам							
	1	2	3	4	5	6	7	8
	Обязательные унифицированные модули (8 з.е.)							
М1	Научные коммуникации 8 з.е.							
	Обязательные профессиональные модули (78 з.е.)							
М2	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями 22 з.е.							
			Практики, в т.ч. научно-исследовательская работа (НИР) 47 з.е.					
				Государственная итоговая аттестация 9 з.е.				
	Модули, определяющие направленность обучения (16 з.е.)							
	Траектория образовательной программы (16 з.е.)							
М3		Технологии международных коммуникаций 8 з.е.						

М4	Организация международных коммуникаций 8 з.е.
	Модули по выбору (18 з.е.)
М5	Методологические основы международных коммуникаций 12 з.е.
М6	Социальные аспекты международных коммуникаций 12 з.е.
М7	Прикладные аспекты международных коммуникаций 6 з.е.
М8	Политические аспекты международных коммуникаций 6 з.е.

9. ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ОП

Номер листа изменений	Номер протокола заседания учебно-методического совета института	Дата заседания учебно-методического совета института	Всего листов в документе	Подпись руководителя ОП