Институт	**Институт государственного управления и предпринимательства**
Направление (код, наименование)	**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**
Магистерская программа	**PR и реклама: гармонизация межкультурных коммуникаций**
Описание образовательной программы	**Цель программы**: подготовка высококвалифицированных специалистов в области коммуникационной деятельности в межкультурной среде, на основе овладения интегрированным подходом к управлению коммуникациями. **Особенности программы.** Магистерская программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, включает авторские программы специальных дисциплин, читаемые на английском языке. Программа разработана совместно с Федеральным университетом Оуро Прето (Бразилия), реализуется в сетевой форме. Для формирования профессиональных компетенций магистра в межкультурной сфере особое внимание уделяется международному взаимодействию. Программой предусмотрена возможность студенческой мобильности: предоставляется возможность обучения до двух семестров в Бразилии для проведения научно-исследовательской работы под руководством высококвалифицированных иностранных преподавателей. **Целевая аудитория**: Магистерская программа по заявленной тематике предназначена для слушателей, имеющих квалификацию «бакалавр рекламы и связей с общественностью» и других направлений подготовки в области гуманитарных и социально-экономических наук, для специалистов, имеющих высшее гуманитарное (или экономическое образование). Выпускники магистратуры по данной программе могут работать в органах государственного и муниципального управления в области международного сотрудничества, в международных корпорациях, заниматься консалтингом, руководить учреждениями культуры, выполнять функции менеджера проектов в городских СМИ, на градообразующих предприятиях. Магистерская программа имеет статус «Магистерская программа УрФУ на английском языке» и полностью реализуется на английском языке.

№ пп	Наименования модулей	Аннотации модулей
	Модули	
	Базовая часть	
1.	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	Модуль нацелен на развитие общепрофессиональных и профессиональных компетенций, формирование способности студентов управлять проектированием, планированием и реализацией коммуникационной политики организации. Модуль включает следующие дисциплины: Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями, Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах, Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью, Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации.
	Вариативная часть	
2.	Научные коммуникации	Модуль нацелен на развитие общекультурных компетенций и развитие способности студентов к использованию социально-философского, культурологического, лингвистического и других методов анализа для разработки концептуальных моделей, необходимых в профессиональной сфере деятельности. Модуль направлен на подготовку магистрантов к научно-исследовательской деятельности и написанию научно-исследовательских работ в области рекламы и связей с общественностью. Целью изучения дисциплин модуля является овладение умениями научного общения на русском и иностранном языках, в устной и письменной формах. Модуль включает следующие дисциплины: Иностранный язык, Методологические проблемы современной науки, Теория коммуникаций.
3.	Технологии международных коммуникаций	Результатом освоения дисциплин модуля является формирование у студента владения методами делового общения в интернациональной среде, способности использовать особенности деловой культуры зарубежных стран при разработке и реализации международных мероприятий по повышению имиджа организации, товара или продукта. А также студенты учатся идентифицировать и использовать современные технологии управления общественным мнением в различных сферах, таких как бизнес, государственное

		управление, политика и социальная сфера, с учетом особенностей зарубежных стран. Модуль включает следующие дисциплины: Деловые коммуникации в сфере международного бизнеса, Технологии управления общественным мнением.
4.	Организация международных коммуникаций	Целью изучения данного модуля является формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков в области правового регулирования международных коммуникаций, а также развитие навыков работы с необходимыми международными договорами и актами, навыков соблюдения и реализации международных стандартов прав человека, навыков по определению комплекса международных обязательств государств в области коммуникаций и рекламы. Кроме того, результатом освоения дисциплин модуля должно быть формирование способности у студента планировать и организовывать компании по связям с общественностью на зарубежном рынке. Модуль включает следующие дисциплины: Международные связи с общественностью, Правовые аспекты международных коммуникаций.
	Модули по выбору студента	
5.	Методологические основы международных коммуникаций	Модуль нацелен на дальнейшее развитие профессиональных компетенций и углубление способности студентов к управлению международной коммуникационной деятельностью организации. Для этого формируется у магистрантов умение анализировать современные тенденции массовой коммуникации в условиях глобализации, слушатели будут работать над кейсами по анализу специфики деятельности в конкретной стране или регионе масс-медийных транснациональных корпораций, что является важнейшим фактором гармонизации межкультурных коммуникаций. Магистранты получают целостное представление об основных особенностях межэтнических аспектов массовой коммуникации, учатся использовать эти особенности при выстраивании эффективных массовых коммуникаций, а также изучают приоритеты развития и совершенствования механизмов управления инвестиционной деятельностью в различных регионах, на изучение правил установления отношений с инвесторами. Модуль включает следующие дисциплины: Коммуникации в глобальном мире, Межэтнические коммуникации, Управление отношениями с инвесторами.
6.	Социальные аспекты международных коммуникаций	Изучение модуля позволяет углубить знания студентов о планировании, реализации международных коммуникаций, и призван сформировать у будущих магистров понимание возрастающей роли международных маркетинговых коммуникаций в деятельности современной организации, а также умение эффективно использовать элементы комплекса маркетинговых коммуникаций на международном рынке для обеспечения реализации маркетинговой стратегии организации. В данном модуле магистранты также учатся эффективно выбирать дизайн и применять инструментарий социального исследования в зависимости от исследовательских целей и задач в международной сфере. Кроме того, в рамках данного модуля рассматривается понятие корпоративной культуры, ее место в системе управления человеческими ресурсами организации, методология формирования и управления культурой в соответствии с требованиями стратегического управления. Модуль включает следующие дисциплины: Корпоративная культура, Международные маркетинговые коммуникации, Стратегии изучения индивидуального и группового поведения.
7.	Прикладные аспекты международных коммуникаций	Программа модуля включает в себя изучения различных аспектов теории и практики коммуникативного процесса. Одним из наиболее востребованных личных качеств в международной деятельности в области коммуникации, наряду с профессионализмом, является способность специалиста действовать в рамках коммуникативного процесса. Необходимо уметь чётко ставить цель коммуникации и отслеживать в рамках коммуникативной стратегии её достижение. В этом же модуле изучаются интернет-коммуникации как информационный канал, активно развивающийся в России и в мире, они рассматриваются с точки зрения системы управления контентом, типы сайтов, основные бизнес-модели и ключевые метрики эффективности интернет-ресурсов. Модуль включает следующие дисциплины: Интернет-коммуникации в международной сфере, Межличностные эффективные коммуникации.
8.	Политические аспекты международных коммуникаций	В рамках модуля магистранты смогут изучить методологию, методы и технологии брендинга территорий. Магистранты вместе с преподавателем проходят весь путь от изучения ресурсов территории до разработки концептуальной платформы геобренда и всей программы ее реализации. А также студенты получают целостное представление об интеграционных тенденциях в мире, закономерностях и взаимосвязях интеграционных процессов на постсоветском пространстве и роли связей с общественностью в этом процессе. Знакомство с дисциплинами, входящими в модуль, позволит магистрам иметь целостное представление об основных теориях и подходах к анализу процессов интеграции, современных тенденциях мировых интеграционных процессов и управления коммуникациями в этой области. Модуль включает следующие дисциплины: Геобрендинг, Роль связей с общественностью в евразийской интеграции.
9.	**Практики, в том**	

	числе научно-исследовательская работа	
	Учебная практика	Целью практики является знакомство магистрантов с основными принципами будущей деятельности в профессиональной сфере (это особенно важно для тех студентов, которые обучались в бакалавриате по другому направлению подготовки). Учебная практика проходит на базе лабораторий (лаборатории стратегических коммуникаций или учебно-полиграфической лаборатории) или кафедры, магистранты работают в лабораториях или на кафедре под кураторством своих научных руководителей, выполняя учебные проекты из области рекламы и связей с общественностью.
	Производственная практика	Основной целью практики является формирование и развитие профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ. Производственная практика проходит на предприятиях, сотрудничающих с институтом. Она может проходить как в индивидуальной, так и в групповой форме. Студенты работают с куратором практики от организации, включаясь в текущую деятельность предприятия и реализуя конкретные проекты. Также студенты регулярно консультируются с руководителем практики от кафедры, получая необходимое направление с точки зрения теоретического и практического подхода к решению поставленных перед ними задач; кроме того преподаватель ориентирует студентов, что именно из пройденной практики можно использовать при написании магистерской диссертации.
	Научно-исследовательская работа	Научно-исследовательской работой студенты занимаются на базе лаборатории стратегических коммуникаций или кафедры: под кураторством научных руководителей они разрабатывают теоретическую модель диссертационного исследования, операционализируют понятия, собирают, обрабатывают и анализируют эмпирический материал для магистерской диссертации.
	Педагогическая практика	Данный вид практики предполагает приобретение умений и навыков в области умения подобрать материала по конкретной теме, обобщить его и представить в виде научного выступления, провести лекцию, практическое занятие со студентами. Магистранты приобретают опыт в организации и проведении научных дискуссий. Эта деятельность ведется под кураторством научного руководителя студента.
	Преддипломная практика	Основной целью этой практики является завершение формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ и на их основе овладение профессиональной деятельностью на уровне, соответствующем квалификации «Магистр» по направлению «Реклама и связи с общественностью». Преддипломная практика проходит на предприятиях, сотрудничающих с институтом. Она предназначена для сбора материала по выпускной квалификационной работе. Студент направляется на предприятие в соответствии с выбранной темой ВКР. Практика проходит в индивидуальной форме. Студенты работают с куратором практики от организации, включаясь в текущую деятельность предприятия, реализуя конкретные проекты и собирая эмпирический материал для ВКР. Студенты регулярно консультируются с руководителем практики от кафедры и руководителем выпускной квалификационной работы.
10.	**Государственная итоговая аттестация**	Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовленности обучающегося, осваивающего образовательную программу магистратуры, к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и образовательной программы по направлению подготовки высшего образования, разработанной на основе образовательного стандарта. В государственную итоговую аттестацию по данной магистерской программе входит написание и защита магистерской диссертации.