

|   |  |
|---|--|
| <b>Институт</b>   | Институт экономики и управления  |
| <b>Направление (код, наименование)</b>                    | 42.04.01 Реклама и связи с общественностью   |
| <b>Образовательная программа (Магистерская программа)</b> | 42.04.01/33.02 PR и реклама в международных коммуникациях  |
| <b>Описание образовательной программы</b>                 | <p>Цель программы 42.04.01 "PR и реклама в международных коммуникациях" – подготовка высококвалифицированных специалистов в области международной коммуникационной деятельности, на основе овладения интегрированным подходом к управлению межкультурными коммуникациями в международной сфере.</p> <p>Особенностью программы является то, что она разработана в соответствии с требованиями СУОС УрФУ и ФГОС ВО, включает авторские программы профессиональных дисциплин.</p> <p>Для формирования профессиональных компетенций магистра для работы в сфере международных коммуникаций особое внимание уделяется планированию, управлению и оценке эффективности коммуникаций, рассчитанных на международные целевые аудитории.</p> <p>Основными заказчиками данной программы выступили работодатели, которые говорят о потребности в специалистах, способных осуществлять деятельность по рекламе и связям с общественностью в международной среде.</p> <p>Магистерская программа по заявленной тематике предназначена для слушателей, имеющих квалификацию «бакалавр рекламы и связей с общественностью» и других направлений подготовки в области технических, гуманитарных и социально-экономических наук, для специалистов, имеющих высшее техническое, гуманитарное или экономическое образование. Выпускники программы смогут выполнять профессиональную деятельность 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.</p> <p>Особенностью программы является выраженная ориентированность процесса обучения на межкультурную коммуникацию. Студенты обучаются в интернациональных группах (ведется совместное обучение российских и иностранных студентов), что дает возможность обучающимся, в ходе совместной проектной работы, последовательно овладеть необходимым уровнем квалификации в сфере межкультурной коммуникации.</p> <p>Приоритет активных методов обучения обеспечивает формирование у обучающихся, наряду с профессиональными компетенциями, осознанного умения работать в команде и необходимых лидерских качеств.</p> <p>При проектировании образовательной программы и реализации обучения использованы лучшие мировые практики подготовки специалистов в области наук об обществе, передовой отечественный опыт и собственные разработки УрФУ.</p> |

| № пп | Наименования модулей | Аннотации модулей   | Траектории |
|------|----------------------|---|------------|
| 1    | Модули               |   |            |
| 2    | Обязательная часть   |   |            |
| 3    | Научные коммуникации | Дисциплины модуля развивают способности студентов к использованию социально-философского, культурологического, лингвистического и других методов анализа для разработки |            |

|   |   |  |  |
|---|---|--|--|
|   |   | концептуальных моделей, необходимых в профессиональной сфере деятельности, что изучается в рамках предмета «Методологические проблемы современной науки». Предмет модуля «Трансфер научных знаний» направлен на подготовку магистрантов к научно-исследовательской деятельности и написанию научно-исследовательских работ в области рекламы и связей с общественностью. Одной из задач дисциплин модуля является овладение умениями научного общения в устной и письменной формах.  |  |
| 4 | Прикладные аспекты международных коммуникаций                       | Программа модуля включает изучение различных аспектов теории и практики коммуникативного процесса в международной сфере. Одним из наиболее востребованных личных качеств в международной деятельности, наряду с профессионализмом, является способность специалиста устанавливать эффективные коммуникации с другими людьми. Необходимо уметь чётко ставить цель коммуникации и отслеживать в рамках коммуникативной стратегии её достижение. На это направлено изучение дисциплины «Межличностные эффективные коммуникации». В этом же модуле в рамках предмета «Интернет-коммуникации в международной сфере» изучаются международные интернет-коммуникации, с точки зрения их активного развития в России и в мире, в фокусе изучения системы управления контентом, управление выбором типа сайта, изучаются основные бизнес-модели и ключевые метрики эффективности интернет-ресурсов.  |  |
| 5 | Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями           | Модуль направлен на формирование знаний современных методов решения стратегических задач в профессиональной сфере. Дисциплина «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» призвана дать знание принципов подготовки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий. Дисциплина «Теория коммуникации» даёт знания теоретических основ разработки коммуникационного продукта, способствует умению разрабатывать концепции коммуникационных программ, формировать их стратегии. Дисциплина «Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации» даёт знания и понимание принципов функционирования организаций (или отдельных служб в организации) в сфере рекламы и связей с общественностью. Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» способна дать знания о законодательном регулировании деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, владение рекламными и PR-технологиями с точки зрения соответствия формату целевой аудитории и политике СМИ. |  |
| 6 | Формируемая участниками образовательных отношений                   |  |  |
| 7 | Адаптационный модуль для лиц с ограниченными возможностями здоровья | Адаптационный модуль для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья направлен на формирование практических навыков адаптации и социализации: осознанной саморегуляции, самопрезентации, стабилизации самооценки и межличностного взаимодействия<br>Модуль включает в себя две дисциплины: Основы личностного роста и Развитие ресурсов организма<br>Курс «Основы личностного роста (для лиц с ОВЗ)» направлен на формирование гармоничной личности, адаптированной к социальному взаимодействию в высшем учебном заведении. Зрелость и гармоничность личности определяется адекватной реакцией на внешнее воздействие, а также умением эффективно взаимодействовать с окружающими. Для успешного взаимодействия с окружающими людьми, прежде всего, необходимо адекватно оценить собственные преимущества и недостатки.<br>Принимая во внимание, что курс рассчитан на лиц с ограниченными возможностями здоровья, отдельное внимание уделяется психологическим особенностям обучающихся с различными  |  |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
|    |  | <p>нозологиями. Закономерно, что наличие инвалидности влияет не только на восприятие человека окружающими, но и на его отношение к себе.</p> <p>Курс «Развитие ресурсов организма (для лиц с ОВЗ)» направлен на приобретение навыков мобилизации и оптимизации индивидуальных возможностей обучающегося. Во время взросления человек испытывает максимальное напряжение и стресс, которые могут привести к снижению мотивации, эффективности деятельности и нервному срыву. Процесс адаптации обучающихся является серьезным испытанием для организма.</p>  |  |
| 8  | Визуальные коммуникации бренда                     | <p>Модуль включает дисциплину «Визуальные коммуникации бренда». Дисциплина нацелена на формирование представлений о принципах и способах визуализации бренда. Изучение данной дисциплины предполагает освоение трех ключевых факторов, оказывающих влияние на процессы визуализации в брендинге: динамика средств коммуникаций, подходы к созданию бренда, особенности визуальной коммуникации. Изучение теоретических вопросов дисциплины сопровождается работой с конкретными кейсами по брендингу, что позволяет совместить общие и прикладные аспекты освоения данной проблематики.</p>   |  |
| 9  | Методологические основы международных коммуникаций | <p>Модуль нацелен на развитие профессиональных компетенций и углубление способности студентов к управлению международной коммуникационной деятельностью организации. Для этого формируется 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, эти вопросы рассматриваются в рамках дисциплины «Коммуникации в глобальном мире».</p> <p>Магистранты получают целостное представление об основных особенностях межэтнических аспектов массовой коммуникации, учатся использовать эти особенности при выстраивании эффективных массовых коммуникаций, этому посвящена дисциплина «Межэтнические коммуникации». А также изучают приоритеты развития и совершенствования механизмов управления инвестиционной деятельностью в различных регионах, на изучение правил установления отношений с инвесторами, в рамках дисциплины «Управление отношениями с инвесторами».</p> |  |
| 10 | Организация международных коммуникаций             | <p>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. Дисциплина «Международные связи с общественностью» знакомит с методологией и методами организации связей с общественностью на международных рынках, а дисциплина «Правовые аспекты международных коммуникаций» - с правовой стороной коммуникационной деятельности.</p>   |  |
| 11 | Политические аспекты международных коммуникаций    | <p>Фундаментальной целью модуля является формирование у студентов понимания принципов и специфики коммуникаций в политической сфере. В рамках дисциплины «Международные политические коммуникации» студенты знакомятся с основными теоретическими подходами к анализу политических систем, а также факторами, влияющими на эффективность/либо отсутствие эффективности коммуникации между различными участниками политических процессов. В процессе освоения курса у студентов формируется способность (компетенция) организации и проведения политических акций и мероприятий. Знакомство с дисциплиной «Роль связей с</p>   |  |

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
|    |   | общественностью в евразийской интеграции» 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.  |  |
| 12 | Производство рекламного фильма                          | Основная цель модуля – ознакомить студентов с процессом производства рекламного фильма. При успешном освоении курса у студентов формируются начальные навыки самостоятельного производства рекламного фильма. Модуль ведет практикующий специалист. Модуль состоит из одной дисциплины «Производство рекламного фильма». В процессе изучения дисциплины рассматриваются следующие вопросы: бриф (документация, которую заполняет заказчик рекламы) как начало производства рекламного ролика, разработка креативной идеи ролика, создание сценария ролика, продакшен и постпродакшен ролика (съемки, звукозапись, монтаж и сведение), представление готового продукта заказчику. В рамках дисциплины студенты анализируют рекламные ролики, знакомятся с современными тенденциями в сфере производства телерекламы, усваивают практическими подходами к созданию и организации производства телерекламы.   |  |
| 13 | Социально-культурные аспекты международных коммуникаций | В рамках модуля магистранты могут изучить методологию, методы и технологии брендинга территорий. При изучении дисциплины «Геобрендинг» магистранты вместе с преподавателем проходят весь путь от изучения ресурсов территории до разработки концептуальной платформы геобренда и программы ее реализации. В рамках дисциплины «Коммуникации в разных типах обществ» рассматриваются основные типы современных обществ и характерные для них виды коммуникаций в нескольких функциональных рамках: в частности, организация и проведение мега-событий; международное сотрудничество и пр. Результатом обучения является развитие способности управления и реализации международной коммуникационной деятельности организации на основе понимания многообразия форм коммуникаций в современной мире и их специфики.  |  |
| 14 | Социальные аспекты международных коммуникаций           | Изучение модуля позволяет углубить знания о планировании, реализации международных коммуникаций, и призвано сформировать понимание возрастающей роли международных маркетинговых коммуникаций в деятельности современной организации, а также умение эффективно использовать элементы комплекса маркетинговых коммуникаций на международном рынке. В данном модуле магистранты учатся эффективно выбирать дизайн и применять инструментарий социального исследования в зависимости от исследовательских целей и задач в международной сфере, в рамках дисциплины «Стратегии изучения индивидуального и группового поведения» Кроме того, в рамках дисциплины «Корпоративная культура» рассматривается понятие корпоративной культуры, ее место в системе управления человеческими ресурсами организации, методология формирования и управления культурой в соответствии с требованиями стратегического управления и требований к работе в полиэтническом коллективе. Дисциплина «Технологии управления общественным мнением» показывает, как рассматриваются эти вопросы, с точки зрения деятельности в международной сфере. |  |
| 15 | Технологии международных коммуникаций                   | Результатом освоения дисциплин модуля является формирование у студента владения методами делового общения в международной среде, способности использовать особенности деловой культуры зарубежных стран при разработке и реализации международных мероприятий по улучшению имиджа организации, товара или продукта. Также студенты учатся разрабатывать и реализовывать комплекс эффективных маркетинговых коммуникаций на международном рынке. Дисциплина «Деловые коммуникации в сфере международного бизнеса» знакомит студентов с особенностями деловых коммуникаций в разных странах, а дисциплина  |  |

|    |   |   |  |
|----|---|---|--|
|    |   | «Международные маркетинговые коммуникаций» - с практикой эффективных рыночных коммуникаций.   |  |
| 16 | Умные города  | Цель модуля – ознакомиться с реальными практиками создания и существования «умных» городов. Модуль состоит из одной дисциплины "Умные города", которая изучается онлайн. Курс описывает путешествие по Новой Зеландии, чтобы понять, как формируются умные города от Крайстчерча на юге до столицы Веллингтона и вплоть до Гамильтона на севере. За время изучения данного модуля приобретаются следующие знания и навыки: вы поймете, как местные городские советы в Новой Зеландии организуются вокруг концепции "умных" городов; сможете проанализировать роли заинтересованных сторон в развитии умных городов; изучите проблемы управления в умных городах; критически отнестись к эволюции умных обществ; сформулировать, как решаются проблемы сообщества в умных городах; оценить актуальность глобальных практик умного города в рамках местного контекста.                                  |  |
| 17 | Языковая коммуникация   | Модуль включает одноименную дисциплину. Дисциплина «Языковая коммуникация» предполагает повышение исходного уровня владения иностранным языком и овладения студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях: культурной деловой и профессиональной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования в соответствии с уровнем В1 Общевропейских компетенций владения иностранным языком. Иностранный язык становится рабочим инструментом, позволяющим студенту постоянно совершенствовать свои знания, изучая современную иностранную литературу по соответствующей специальности с ее лексико-грамматическими особенностями.  |  |
| 18 | Практика  |   |  |
| 19 | Практика (PR и реклама в международных коммуникациях)                     | Основной целью преддипломной 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-партнерах программы или других предприятиях, сотрудничающих с институтом, допускается прохождении практики в Центре коммуникационных технологий школы ГУиПИИЭУ, при необходимости на кафедре. Она предназначена для сбора материала по выпускной квалификационной работе. Студент направляется на предприятие или в структуры университета в соответствии с выбранной темой ВКР. Практика проходит в индивидуальной форме. Преддипломная практика завершается подготовкой полного текста ВКР. |  |
| 20 | Практика (обязательная часть, PR и реклама в международных коммуникациях) | Целью модуля практика является знакомство магистрантов с основными принципами деятельности в профессиональной сфере. Практика проходит на базе предприятий-партнеров программы или в Центре коммуникационных технологий школы ГУиПИИЭУ, при необходимости на кафедре. Профессионально-творческая практика нацелена на формирование творческого подхода к решению производственных задач профессиональной деятельности. Научно-исследовательская практика сосредоточена на развитии профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ. Научно-исследовательская работа связана с дальнейшим развитием теоретической модели диссертационного исследования, операционализацией основных понятий, сбором, обработкой и анализом эмпирического материала для магистерской диссертации.  |  |

|    |  |   |  |
|----|--|---|--|
| 21 | Государственная итоговая аттестация  |   |  |
| 22 | Государственная итоговая аттестация (PR и реклама в международных коммуникациях) | 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. |  |

Руководитель ОП

Савчук Галина Анатольевна