

Институт	Институт экономики и управления
Направление (код, наименование)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа (Магистерская программа)	42.04.01/33.03 PR и реклама в интернет-маркетинге
Описание образовательной программы	<p>Цель программы 42.04.01 "PR и реклама в интернет-маркетинге" – подготовка высококвалифицированных специалистов в области коммуникационной деятельности в интернет-среде, на основе овладения интегрированным подходом к управлению интернет-коммуникациями.</p> <p>Особенностью программы является то, что она разработана в соответствии с требованиями СУОС УрФУ и ФГОС ВО, включает авторские программы специальных дисциплин.</p> <p>Для формирования профессиональных компетенций магистра для работы в интернет-пространстве особое внимание уделяется выстраиванию эффективных интернет-коммуникаций.</p> <p>Основными заказчиками данной программы выступили работодатели, которые говорят о недостатке специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью в интернет-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 практико-ориентированность процесса обучения. Увеличенный объем производственных практик, перенос части образовательного процесса на территорию предприятий-партнеров даст возможность обучающимся последовательно овладеть необходимым уровнем квалификации.</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 Модуль включает в себя две дисциплины: Основы личностного роста и Развитие ресурсов организма 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. Принимая во внимание, что курс рассчитан на лиц с ограниченными возможностями здоровья, отдельное внимание уделяется психологическим особенностям обучающихся с различными нозологиями. Закономерно, что наличие инвалидности влияет не только на восприятие человека окружающими, но и на его отношение к себе.	

		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.	
8	Методы анализа интернет-пространства	Структура модулю разбита на два основных блока: анализ больших данных и веб-аналитику. Студентам дается возможность познакомиться и освоить основные методы анализа больших массивов данных, которые в настоящий момент определяют практически всю маркетинговую деятельность крупных интернет-фирм. Овладение инструментарием веб-аналитики и мониторинговых интернет-исследований предоставит обучающемуся оценивать эффективность тех или иных инструментов рекламы и связей с общественностью в интернет-среде. Модуль включает следующие дисциплины: Маркетинговый анализ больших данных, Веб-аналитика и мониторинговые исследования в Интернет.	
9	Особенности PR и рекламы на B2B интернет-рынке	Модуль имеет две задачи. Во-первых, научить студентов информативно визуализировать результаты своих научных и профессиональных исследований, когда важно выделить только то, что необходимо донести до целевых аудиторий. Во-вторых, модуль направлен на изучение особенностей интернет-B2B-рынка и выбор правильных инструментов рекламы и PR для работы на нем. Модуль включает следующие дисциплины: Инфографика больших данных, Работа с B2B-рынком в интернет-среде.	
10	Особенности PR и рекламы на B2C интернет-рынке	Содержание модуля включает изучение ряда технологических вопросов реализации рекламных и PR-компаний, характерных для B2C интернет-рынка. Модуль знакомит студентов с таким современным инструментом, как нативная реклама. Также студенты научатся анализировать удобство пользования (юзабилити) интернет-ресурсом, оценивать качество его веб-дизайна. Модуль включает следующие дисциплины: Нативная реклама, Анализ юзабилити и веб-дизайна интернет-ресурса.	
11	Прикладные аспекты PR и рекламы в Интернет	Модуль сконцентрирован на основных прикладных задачах PR и рекламы в интернет-среде. Студенты узнают об особенностях медиапланирования, управления коммуникациях в социальных интернет-сетях, а также научатся создавать качественный диджитал-контент под цели и задачи конкретной организации или отдельной рекламной или PR-кампании. Модуль включает следующие дисциплины: Медиапланирование в интернет-маркетинге, Управление коммуникациями в социальных медиа, Контент-маркетинг и копирайтинг в Интернет.	
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	Стратегии PR и рекламы в Интернет	<p>Главная задача данного модуля – научить студентов разрабатывать эффективные рекламные и PR-стратегии компаний в интернет-среде. Обучающимся предлагается применить креативность своего мышления и разработать качественные стратегии под кейсы, предоставленные организациями-партнерами. Помимо этого, модуль имеет задачу рассказать студентам о различиях в рекламных и PR-стратегиях в разных отраслях интернет-рынка, а также показать эффективные методы коммуникаций и интернет-аудиторий.</p> <p>Главная задача данного модуля – научить студентов разрабатывать эффективные рекламные и PR-стратегии компаний в интернет-среде. Обучающимся предлагается применить креативность своего мышления и разработать качественные стратегии под кейсы, предоставленные организациями-партнерами. Помимо этого, модуль имеет задачу рассказать студентам о различиях в рекламных и PR-стратегиях в разных отраслях интернет-рынка, а также показать эффективные методы коммуникаций и интернет-аудиторий.</p> <p>Модуль включает следующие дисциплины: Креатив и диджитал-стратегия продвижения, Работа с интернет-аудиторией, Отраслевой интернет-маркетинг.</p>	
14	Технологии PR и рекламы в Интернет	<p>Данный модуль предназначен для погружения обучающихся в вопросы интернет-маркетинга, его структуры и содержания и, в частности, использования инструментов рекламы и связей с общественностью в интернет-среде. Студенты смогут детально рассмотреть полный комплекс интернет-маркетинга, а также эффективные способы оценки различных рекламных и продвиженческих инструментов, работающих в Интернет. Модуль включает следующие дисциплины: Структура и содержание интернет-маркетинга, Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет.</p>	
15	Языковая коммуникация	<p>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 Европейских 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.</p>	
16	Практика		
17	Практика (PR и реклама в интернет-маркетинге)	<p>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-партнерах программы или других предприятиях, сотрудничающих с институтом, допускается прохождения практики в Центре коммуникационных технологий школы ГУиПИЭУ, 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. Студенты работают с куратором практики от организации и (или) представителем кафедры, включаясь в текущую деятельность предприятия, реализуя конкретные проекты и собирая эмпирический материал для ВКР. Студенты должны</p>	

		регулярно консультироваться с руководителем выпускной квалификационной работы, с целью подготовки ВКР на актуальном для отрасли уровне.	
18	Практика (обязательная часть, PR и реклама в интернет-маркетинге)	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 ГУиП ИнЭУ, 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.	
19	Государственная итоговая аттестация		
20	Государственная итоговая аттестация (PR и реклама в интернет-маркетинге)	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

Кульпин Сергей Владимирович