

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Адыгейский государственный университет

«УТВЕРЖДАЮ»
Ректор  Хунагов Р.Д.
«29» августа 2018 г.
протокол № 13 Заседания Ученого Совета АГУ
«28» августа 2018 г.



**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность
«Технологии рекламы и связей с общественностью»

Квалификация (степень)
Магистр

Форма обучения
очная, очно-заочная

Майкоп, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

1.1. Основная профессиональная образовательная программа магистратуры реализуется вузом по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью» и представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки.

Основная профессиональная образовательная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, оценочных средств, методических материалов, иных компонентов, включенных в состав образовательной программы по решению вуза.

Вуз разрабатывает основную профессиональную образовательную программу в форме комплекта документов, который обновляется с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы.

Каждый компонент основной профессиональной образовательной программы разрабатывается в форме единого документа или комплекта документов. Порядок разработки и утверждения основной профессиональной образовательной программы устанавливается вузом.

Информация об основной профессиональной образовательной программе размещается на официальном сайте АГУ в сети «Интернет».

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён 08.04.2015 г. № 372);

• – Нормативно-методические документы Минобрнауки России; Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 19 декабря 2013 г. N 1367 г. Москва) (далее – Порядок организации и осуществления образовательной деятельности);

• Устав Адыгейского государственного университета (утвержден приказом Минобрнауки от 11.12.2015 № 1449);

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования (программы прикладной магистратуры).

1.3.1. Цель (миссия) программы. Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью» направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению

подготовки, а также развитие личностных качеств студентов.

Цели (миссия) основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»:

- обеспечение комплексной и качественной подготовки квалифицированных, конкурентоспособных специалистов в области рекламы и PR, а также в сфере массовой и межкультурной коммуникации на основе формирования и развития профессионально важных качеств, навыков и индивидуальности будущего специалиста;
- формирование статуса престижного и конкурентоспособного направления в АГУ;
- формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки;
- формирование социально-личностных качеств, а именно: нравственности, общекультурных навыков, способности к социальной адаптации, реализации творческого потенциала личности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданской позиции, коммуникативности, толерантности, понимания социального значения и социальных последствий профессиональной деятельности.

Основная профессиональная образовательная программа ориентирована на организационно-управленческий, коммуникационный, проектный, информационно-аналитический и прогнозно-аналитический виды профессиональной деятельности.

1.3.2. Срок освоения основной профессиональной образовательной программы магистратуры – 2 года для очной и 2,6 года для очно-заочной форм обучения.

1.3.3. Трудоемкость основной профессиональной образовательной программы магистратуры 120 з.е.

1.3.4. Структура программы прикладной магистратуры

Блок 1	Дисциплины (модули)	Объём программы в з. ед.
	Базовая часть 24
	Методологические проблемы современной науки	5
	Информационные технологии в профессиональной сфере	4
	Деловой иностранный язык	5
	Методология и методика магистерского исследования	3
	Научные исследования в рекламе и PR	3
	Социологические и маркетинговые исследования	4
	Вариативная часть	41
	Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	3
	Медиапланирование	3
	Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью	3
	Логика и теория аргументации	3
	Интегрированные и маркетинговые коммуникации	3
	Технологии создания рекламного образа	2
	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	3
	Бренд-менеджмент	3
	Современные PR-технологии управления персоналом	3
	Дисциплины по выбору	15
	Репутационный менеджмент	3

	Профессиональная этика и этикет	
	Web-технологии	3
	Иностранный язык профессионального общения	
	Технологии PR-текста	3
	Практика рекламного текста	
	Концепты мирового искусства в рекламе	2
	Технологии управления общественным мнением	
	Product placement	2
	Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR	
	Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков	2
	Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию	
Блок 2	Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)	49
	Учебная практика	3
	Учебная практика (по получению первичных профессиональных умений и навыков)	3
	Производственная практика	43
	Научно-исследовательская работа	34
	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	6
	Учебно-организационная практика	3
	Преддипломная практика	3
Блок 3	Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация)	6
	Подготовка и защита ВКР	6
	Подготовка и защита ВКР	6
Объем программы прикладной магистратуры		120

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы прикладной магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью».

2.1. Квалификация, присваиваемая выпускникам – магистр.

2.2. Направленность основной профессиональной образовательной программы магистратуры – Технологии рекламы и связей с общественностью.

2.3. Виды профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник:

- организационно-управленческая;
- коммуникационная;
- проектная;
- информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая.

3. Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы.

В результате освоения данной ОПОП магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью» выпускник должен обладать следующими компетенциями:

общекультурными:

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);
- способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6);
- общепрофессиональными:*
 - способностью 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);
 - способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
 - владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
 - способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
 - владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
 - владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
 - способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
 - готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);
 - способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);
- профессиональными:*
 - организационно-управленческая деятельность:*
 - способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
 - способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
 - способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
 - способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);
 - способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
 - способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);

- способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способностью к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);
- коммуникационная деятельность:*
 - способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
 - способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);
- проектная деятельность:*
 - способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
 - способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15);
 - способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16);
- информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая:*
 - способностью руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17);
 - способностью разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18);
 - способностью 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).

3.1. Матрица компетенций

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ УЧЕБНЫМ ДИСЦИПЛИНАМ

	Наименование дисциплин в соответствии с учебным планом	Общекультурные компетенции						Оценочные средства										
		ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	Виды аттестации										
								текущая						промежуточная				
								УО-1,2	ПР-1	ПР-2	ПР-3,4	ПР-6,7	ТС-3	УО-3	УО-4	ПР-5	УО-5	
Блок 1	<i>Базовая часть</i>																	
	Б1.Б.1 Методологические проблемы современной науки				+			+	+		+			+	+			
	Б1.Б.2 Информационные технологии в профессиональной сфере			+						+	+				+			
	Б1.Б.3 Деловой иностранный язык					+		+			+			+	+			
	Б1.Б.4 Методология и методика магистерского исследования	+			+						+		+					
	Б1.Б.5 Научные исследования в рекламе и PR	+	+					+			+				+	+		
	Б1.Б.6 Социологические и маркетинговые исследования						+											
	<i>Вариативная часть</i>																	
	Б1.В.ОД.1 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью																	
	Б1.В.ОД.2 Медиапланирование																	
Б1.В. ОД.3 Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью																		

	Б1.В.ОД.4 Логика и теория аргументации								+			+		+		+		
	Б1.В.ОД.5 Интегрированные и маркетинговые коммуникации																	
	Б1.В.ОД.6 Технологии создания рекламного образа										+	+			+			
	Б1.В.ОД.7 Связи с общественностью в кризисных ситуациях																	
	Б1.В.ОД.8 Бренд-менеджмент																	
	Б1.В.ОД.9 Современные PR-технологии управления персоналом																	
	<i>Дисциплины по выбору</i>																	
	Б1.В.ДВ.1 Репутационный менеджмент																	
	Б1.В.ДВ.1 Профессиональная этика и этикет								+			+			+			
	Б1.В.ДВ.2 Web-технологии																	
	Б1.В.ДВ.2 Иностранный язык профессионального общения																	
	Б1.В.ДВ.3 Технологии PR-текста																	
	Б1.В.ДВ.3 Практика рекламного текста																	
	Б1.В.ДВ.4 Концепты мирового искусства в рекламе									+		+			+			
	Б1.В.ДВ.4 Технологии управления общественным мнением																	
	Б1.В.ДВ.5 Product placement																	

	Б1.В.ДВ.5 Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR																	
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков																	
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию																	
Блок 2	<i>Практики</i>																	
	Б2.У.1 Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)												+		+			
	Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа											+	+		+			
	Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности									+			+		+			
	Б2.П.2 Научно-исследовательская работа												+		+			
	Б2.П.3 Учебно-организационная практика													+		+		
	Б2. П.4 Преддипломная практика													+		+		
Блок 3	<i>Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация)</i>																	
	ВКР (выпускная квалификационная работа)																	+

Б1.В. ОД.4 Логика и теория аргументации																			
Б1.В.ОД.5 Интегрированные и маркетинговые коммуникации																			
Б1.В.ОД.6 Технологии создания рекламного образа																			
Б1.В.ОД.7 Связи с общественностью в кризисных ситуациях																			
Б1.В.ОД.8 Бренд-менеджмент																			
Б1.В.ОД.9 Современные PR-технологии управления персоналом																			
<i>Дисциплины по выбору</i>																			
Б1.В.ДВ.1 Репутационный менеджмент		+								+		+			+				
Б1.В.ДВ.1 Профессиональная этика и этикет						+				+		+			+				
Б1.В.ДВ.2 Web-технологии															+	+			
Б1.В.ДВ.2 Иностранный язык профессионального общения						+	+					+	+		+				
Б1.В.ДВ.3 Технологии PR-текста																			
Б1.В.ДВ.3 Практика рекламного текста																			
Б1.В.ДВ.4 Концепты мирового искусства в рекламе															+				
Б1.В.ДВ.4 Технологии управления общественным мнением															+		+		
Б1.В.ДВ.5 Product placement															+		+		

	Б1.В.ДВ.5 Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR																		
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков																		
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию		+								+	+		+			+		
Блок 2	Практики																		
	Б2.У.1 Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)		+												+		+		
	Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа						+	+						+	+		+		
	Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		+												+		+		
	Б2.П.2 Научно-исследовательская работа							+							+		+		
	Б2.П.3 Учебно-организационная практика		+												+		+		
	Б2. П.4 Преддипломная практика		+												+		+		
Блок 3	Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация)																		
	ВКР (выпускная квалификационная работа)																		

	Наименование дисциплин в соответствии с учебным планом	Профессиональные компетенции																	Оценочные средства																						
		ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	Виды аттестации																				
																					текущая					промежуточная			УО-1,2	ПР-1	ПР-2	ПР-3,4	ПР-6,7	ТС-3	УО-3	УО-4	ПР-5	УО-5			
																					УО-1,2	ПР-1	ПР-2	ПР-3,4	ПР-6,7	ТС-3	УО-3	УО-4											ПР-5	УО-5	
Блок 1	<i>Базовая часть</i>																																								
	Б1.Б.1 Методологические проблемы современной науки			+											+				+			+	+																		
	Б1.Б.2 Информационные технологии в профессиональной сфере																																								
	Б1.Б.3 Деловой иностранный язык																																								
	Б1.Б.4 Методология и методика магистерского исследования																		+			+			+			+													
	Б1.Б.5 Научные исследования в рекламе и PR															+									+				+		+										
	Б1.Б.6 Социологические и маркетинговые исследования																			+	+	+			+				+		+										
	<i>Вариативная часть</i>																																								
	Б1.В.ОД.1 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	+											+									+	+		+					+											
	Б1.В.ОД.2 Медиапланирование			+							+											+			+			+													
	Б1.В. ОД.3 Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью																																								
	Б1.В. ОД.4 Логика и теория аргументации					+																+			+		+		+												

Б1.В.ОД.5 Интегрированные и маркетинговые коммуникации				+													+		+								+							
Б1.В.ОД.6 Технологии создания рекламного образа																				+	+													
Б1.В.ОД.7 Связи с общественностью в кризисных ситуациях																				+	+													
Б1.В.ОД.8 Бренд-менеджмент																																		
Б1.В.ОД.9 Современные PR-технологии управления персоналом																																		
<i>Дисциплины по выбору</i>																																		
Б1.В.ДВ.1 Репутационный менеджмент	+																																	
Б1.В.ДВ.1 Профессиональная этика и этикет																																		
Б1.В.ДВ.2 Web-технологии																																		
Б1.В.ДВ.2 Иностранный язык профессионального общения																																		
Б1.В.ДВ.3 Технологии PR-текста																																		
Б1.В.ДВ.3 Практика рекламного текста																																		
Б1.В.ДВ.4 Концепты мирового искусства в рекламе	+																																	
Б1.В.ДВ.4 Технологии управления общественным мнением	+																																	
Б1.В.ДВ.5 Product placement																																		

	Б1.В.ДВ.5 Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR	+													+							+		+	+								
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков		+	+										+	+					+	+				+								
	Б1.В.ДВ.6 Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию	+																		+	+						+						
Блок 2	<i>Практики</i>																																
	Б2.У.1 Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)			+							+													+		+							
	Б2.Н.1 Научно-исследовательская работа		+							+	+	+	+												+	+							
	Б2.П.1 Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		+																								+		+				
	Б2.П.2 Научно-исследовательская работа																											+		+			
	Б2.П.3 Учебно-организационная практика		+	+																						+		+					
	Б2. П.4 Преддипломная практика		+	+																						+		+					
Блок 3	<i>Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация)</i>																																
	ВКР (выпускная квалификационная работа)	+		+																													

Обозначения в таблице:

УО – **устный опрос:** собеседование (УО-1), коллоквиум (УО-2), зачет (УО-3), экзамен по дисциплине, модулю (УО-4); выпускная квалификационная работа (УО-5);

ПР – **письменные работы:** тесты (ПР-1), контрольные работы (ПР-2), эссе (ПР-3), рефераты (ПР-4), курсовые работы (ПР-5), научно-учебные отчеты по практикам (ПР-6), отчеты по научно-исследовательской работе обучающихся (НИРС) (ПР-7);

ТС – **технические средства:** комплексные ситуационные задания (ТС-3) и др.

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы магистратуры 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»

В соответствии с п.13 Порядка организации и осуществления образовательной деятельности содержание и организация образовательного процесса при реализации данной основной профессиональной образовательной программы регламентируется: учебным планом, рабочими программами дисциплин, материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся, программами учебных и производственных практик, годовым календарным учебным графиком, фондами оценочных средств, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий.

4.1. Календарный учебный график

В календарном графике указана последовательность реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Бюджет учебного времени и график учебного процесса составлен, исходя из следующих данных: общее количество календарных недель, отведенных на реализацию основной профессиональной образовательной программы, составляет 104 недели, теоретическое обучение – 36 недель, экзаменационные сессии – 8 недель, учебная практика – 2 недели, научно-исследовательская работа – 18 недель, производственная практика – 12 недель, итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация), (подготовка и защита выпускной квалификационной работы) 4 недели. Общий объем каникулярного времени составляет 24 недели.

4.2. Учебный план подготовки магистрантов по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Учебный план подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью» составлен согласно общим требованиям к условиям реализации основных профессиональных образовательных программ, сформулированным в Порядке организации и осуществления образовательной деятельности и в разделе 7.1 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

В учебном плане указан перечень дисциплин:

- базовой части (всего 6 дисциплин, на которые отводится 24 з.е.);
- вариативной части, в которой вуз самостоятельно формирует перечень и последовательность изучения дисциплин (9 дисциплин, на которые отводится 27 з.е.);
- дисциплин по выбору (всего в ОПОП предлагается 12 дисциплин, на которые отводится 15 з.е.). Порядок формирования дисциплин по выбору устанавливает Ученый совет факультета;
- практик (учебная: по получению первичных профессиональных умений и навыков, производственная: по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, научно-исследовательская работа, учебно-организационная практика, преддипломная, на которые отводится 48 з.е.);
- аттестационных испытаний (подготовка и защита выпускной квалификационной работы, на которую отводится 6 з.е.).

В учебном плане доля контактной работы составляет 19,3% от общей аудиторной работы, а доля занятий, проводимых в интерактивной форме – 12,5%. Общий объем аудиторных занятий (в ак. часах за весь период обучения): 414 ак. часа. Учебная нагрузка в неделю (в период теоретических занятий) в среднем по ОПОП составляет 55,3 часов; аудиторная нагрузка – 12,3 часа. Для каждой дисциплины предусмотрены часы самостоятельной работы студентов и контроля самостоятельной работы преподавателями, указывается форма промежуточной аттестации обучающихся. Обязательными формами контроля по ОПОП являются экзамены, зачёты (в том числе дифференцированные), курсовая работа на первом курсе.

В целом по плану основной профессиональной образовательной программы соблюдается последовательность и распределение по периодам обучения учебных дисциплин и практики в привязке к четко сформулированным конечным результатам обучения и приобретаемым компетенциям.

5. Фактическое ресурсное обеспечение основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»

Ресурсное обеспечение основной профессиональной образовательной программы вуза формируется на основе требований к условиям реализации основных образовательных программ, определяемых ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Реализация основной профессиональной образовательной программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими кадрами, квалификация которых соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, имеющими базовое образование, ученую степень, опыт деятельности в соответствующей профессиональной сфере, систематически занимающимися научно-исследовательской деятельностью.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень и (или) ученое звание, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих основную профессиональную образовательную программу, составляет 76,5 %, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора – 18%.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, в общем числе научно-педагогических работников, реализующих основную образовательную программу – 72%.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих основную образовательную программу, составляет 30%.

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры «Технологии рекламы и связей с общественностью» осуществляется доктором филологических наук, профессором Бешуковой Ф.Б., специализирующейся в научной области исследования массовой коммуникации, имеющей более 6 монографий и научно-методических пособий, более 80 научных статей, являющейся руководителем научного направления «Динамика развития инфо-коммуникативного пространства Адыгеи: теория и практика массмедиа».

Среднегодовое число публикаций научно-педагогических работников организации за период реализации программы магистратуры в расчете на 100 научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) в журналах, индексируемых в базах данных Web of Science или Scopus, – 9,56 ед.; в журналах, индексируемых в Российском индексе научного цитирования, составляет 366, 61 ед.

Среднегодовой объем финансирования научных исследований на одного научно-педагогического работника (в приведенных к целочисленным значениям ставок) организации, реализующей основную профессиональную образовательную программу – 85,0 тыс. руб.

Для реализации основной профессиональной образовательной программы магистратуры имеется необходимое материально-техническое обеспечение: типовые учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий; мультимедийная лаборатория на базе компьютерного учебно-методического кабинета для проведения интерактивных занятий, оснащенная 12 компьютерами с выходом в Интернет и полным программным лицензионным обеспечением; специализированный учебно-методический кабинет, оснащенный научной и учебно-методической литературой, мультимедийной доской, компьютером с программным лицензионным обеспечением, предназначенный для самостоятельной работы обучающихся; Редакционно-издательский отдел научно-

образовательного журнала «Вестник АГУ» и Медиа-центр центр АГУ, на базе которых проходит апробация и внедрение результатов НИР.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к Электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» и к электронной информационно-образовательной среде вуза.

Электронно-библиотечная система (ЭБС «Университетская библиотека онлайн», платформы ООО «НексМедиа», ООО «БиблиоТех», ООО «Издательство «Лань», ФГБУ «Российская государственная библиотека», ООО «Научная электронная библиотека» (НЭБ) и др.) и электронная информационно-образовательная среда вуза обеспечивают возможность доступа обучающегося к информации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети Интернет, как на территории организации, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда организации обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы;

- проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;

- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» соответствует законодательству РФ.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных компетенций выпускников.

В ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» действует разветвленная система студенческого самоуправления, которая охватывает все стороны студенческой жизни. Деятельность органов студенческого самоуправления осуществляется в соответствии с утвержденным Положением. В систему студенческого самоуправления входит Союз студентов и аспирантов АГУ, который формируется из числа старост, лидеров и профоргов курсов и учебных групп. Основные цели и задачи:

- содействие студентам в профессиональной подготовке, поддержке научных студенческих организаций, повышению интереса к учебно-исследовательской работе;

- помощь в организации студенческих научных конференций, семинаров, круглых столов и т.д.;

- помощь в защите и реализации гражданских и экономических, а так же социальных интересов и прав студентов и аспирантов;

- представление и защита интересов студентов и аспирантов в общеузовских структурах;

- создание и поддержка студенческой информационной среды в университете, студенческих СМИ;

- привлечение студентов, магистрантов и аспирантов к участию в самоуправлении вузом;

- координация деятельности студенческих организаций на факультетах (в институтах) и общежитиях;
- организация добровольного трудового и творческого участия обучающихся в развитии материально-технической базы университета;
- развитие коллективных форм досуга;
- организация совместно с Центром Культуры, спортклубом общеузовских мероприятий (фестивалей, конкурсов, спортивных соревнований и т.д.);
- организация различных социально значимых мероприятий;
- поддержка творческой деятельности обучающихся;
- расширение связей со студенческими структурами других вузов;
- пропаганда здорового образа жизни, содействие профилактике правонарушений и антисоциальных явлений;
- развитие традиций вуза.

В АГУ сформирована разветвленная сеть многочисленных студенческих клубов, секций, творческих объединений и коллективов, которые принимают активное участие в фестивалях, смотрах и конкурсах как на внутривузовском уровне, так и на городском, республиканском и международном уровнях.

Вуз располагает необходимыми возможностями для формирования общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников. Социокультурная среда вуза отвечает задачам формирования личности и регулирования социально-культурных процессов с целью развития нравственных гуманистических качеств обучающихся.

Основной целью социальной и воспитательной работы является создание условий для социального развития личности обучающихся, их профессионального становления и культурного развития, формирования активной гражданской позиции. Для этого в вузе ведется воспитательная работа по таким направлениям как гражданско-патриотическое, эстетическое, социально-психологическое, правовое, профессионально-трудовое, духовно-нравственное. Общекультурные компетенции студенты приобретают в различных видах волонтерской деятельности: акции, мероприятия, участие в летних площадках. В АГУ осуществляется деятельность студенческого самоуправления в соответствии с утвержденным Положением. В систему студенческого самоуправления АГУ входят Студенческие советы факультетов, которые формируются из старост, активных студентов, лидеров учебных групп.

Особенности внутренней среды АГУ позволяют считать, что она имеет достаточные возможности для проведения комплексной, целенаправленной работы по развитию общекультурных компетенций.

Документы, регламентирующие воспитательную деятельность: Положение о студсовете АГУ; Этический кодекс АГУ; ежегодные планы учебно-воспитательной работы и др.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»

В соответствии с требованиями ФГОС ВО магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью» и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности оценка качества освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В соответствии с требованиями ФГОС ВО разработаны фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, которые включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов; тесты, примерную тематику курсовых работ, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся (темы докладов, презентации по проблемным вопросам; разноуровневые задания; ролевые игры; ситуационные задачи, темы проектов и мн. др.).

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин и прохождения практик, промежуточная аттестация обучающихся - оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам и прохождения практик (выполнения курсовой работы).

Формы, система оценивания, порядок проведения промежуточной аттестации обучающихся, включая порядок установления сроков прохождения соответствующих испытаний обучающимся, не прошедшим промежуточной аттестации по уважительным причинам или имеющим академическую задолженность, а также периодичность проведения промежуточной аттестации обучающихся устанавливаются локальными нормативными актами вуза.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине или практике, входящий в состав соответственно рабочей программы дисциплины или программы практики, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- писание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

7.2. Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация) выпускников основной профессиональной образовательной программы магистратуры

Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация) является обязательной и осуществляется после освоения основной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Фонд оценочных средств для итоговой (Государственной итоговой) аттестации включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация) регламентируется ФГОС ВО.

Вузом разработаны и утверждены требования к содержанию, объему и структуре

выпускных квалификационных работ.

Итоговая аттестация (Государственная итоговая аттестация) включает: написание и защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

Тематика выпускных ВКР ориентирована на обобщение профессиональных знаний, умений, навыков, полученных за период обучения в вузе по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью». Магистрант должен продемонстрировать:

– высокий уровень теоретических и прикладных профессиональных знаний и способности их применения для решения исследовательских задач в области социальной защиты детей-сирот и детей, оставшихся в трудной жизненной ситуации, включая организацию взаимодействия социальных институтов;

– умение самостоятельно работать с различными источниками информации, систематизировать, анализировать фактический материал, владеть методами и приёмами научного анализа в области социальной защиты обучающихся в образовательной организации и по месту жительства;

– высокую степень владения научным стилем речи, умением оформлять работу в соответствии с установленными требованиями;

– наличие исследовательских умений выпускника, глубину его знаний в области массовых коммуникаций, проектной деятельности и организации PR и рекламных проектов и кампаний;

– высокую степень владения навыками и умениями определять и формулировать проблему исследования с учётом её актуальности, ставить цели исследования и определять задачи, необходимые для достижения – анализировать и обобщать теоретический и эмпирический материал по теме исследования, выявлять противоречия, делать выводы, делать заключение по теме исследования.

Примерные темы выпускных квалификационных работ

1. Управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации).

2. Планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью.

3. Проектирование и проведение мероприятий по повышению имиджа организации.

4. Контроль и оценка эффективности связей с общественностью.

5. Контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.

6. Организация эффективных внутренних коммуникаций.

7. Создание благоприятного психологического климата в коллективе

8. Мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации

9. Осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников.

10. Формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.

11. Руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний.

12. Руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией мероприятий

13. Формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности.

14. Создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

15. Обеспечение внутренней и внешней коммуникации организации (в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями,

средствами массовой информации).

16. Организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации.
 17. Разработка стратегии и тактических планов в кампаниях по связям с общественностью и рекламе.
 18. Разработка бюджетов в области рекламы и связей с общественностью.
 19. Разработка стратегических концепций и бизнес-планов коммуникационных проектов.
 20. Оценка качества и эффективности проектов по рекламе и связям с общественностью.
 21. Разработка и проведение (количественных и качественных) исследований по коммуникационному аудиту в рекламе и связях с общественностью.
 22. Подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга,
 23. Анализ и интерпретация первичной и вторичной информации по рекламе и связям с общественностью
 24. Руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп.
 25. Проектирование PR-кампаний в рекламе и связях с общественностью (постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования и др.).
 26. Организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения.
 27. Анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации.
 28. Анализ полученных данных и формулирование предложений по повышению имиджевой (коммуникативной) эффективности компании / организации в обществе и в конкурентной среде.
 29. Составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды.
 30. Разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации.
 31. Проведение консультационной работы по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.
 32. Управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций специалистов рекламы и связей с общественностью.
- Примечание: темы магистерских ВКР могут корректироваться и конкретизироваться в зависимости от выбранного объекта исследования.

8. Другие нормативно-методические документы и материалы системы менеджмента вуза, обеспечивающие качество подготовки:

- СМК. УП-7/РК-8.2.4 Положение о выпускной квалификационной работе обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. ОП-2/РК-7.3.3 Положение о магистерской подготовке (магистратуре) (утверждено: 01.09.2018)
- СМК. УП-7/РК-8.2.4 Положение о порядке размещения выпускных квалификационных работ в электронно-библиотечной системе Адыгейского государственного университета (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. УП-7/РК-8.2.4 Положение о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и программам магистратуры (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. ОП-2/РК-7.3.3 Положение о планировании и выборе элективных дисциплин (утверждено: 01.09.2017)

- СМК. УП-7/РК-8.2.4 Положение о фондах оценочных средств (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. ОП-2/РК-7.3.3 Положение о рабочей программе дисциплины (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. ПП-4/РК-4.2.4 Положение об электронно-библиотечной системе Адыгейского государственного университета (утверждено: 01.06.2018)
- СМК. ОП-2/РК-7.3.3 Порядок о порядке проведения практик (магистратура) (утверждено 19.01.2018)
- СМК. ОПСМК. УП-7/РК-8.2.4 Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (утверждено 25.04.2018)
- СМК. ОП-2/РК-7.3.3 Положение об основной профессиональной образовательной программе (утверждено 01.09.2017)
- СМК. ОП-2/РК-4.2.3 Порядок разработки, утверждения, хранения и изменения учебных планов основных профессиональных образовательных программ (утверждено: 01.09.2017).