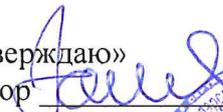


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского»

Принята решением  
Ученого совета университета  
от 27.04.2023 г., протокол № 5

«Утверждаю»

Ректор  С.В. Замятин  
27 апреля 2023г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки  
**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Наименование направленности (профиля)  
**Современные медиатехнологии в рекламе, СМИ и социальных  
коммуникациях**

Квалификация (степень)  
**МАГИСТР**

Омск, 2023

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Современные медиатехнологии в рекламе, СМИ и социальных коммуникациях, разработана коллективом авторов:

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
кафедра теоретической и прикладной лингвистики,  
заведующий кафедрой

 Иссерс О.С.

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
Кафедра журналистики и медиалингвистики,  
заведующий кафедрой

 Малышева Е.Г.

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
кафедра теоретической и прикладной лингвистики  
доцент

 Терских М.В.

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
кафедра теоретической и прикладной лингвистики  
доцент

 Зайцева О.А.

ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского»,  
Кафедра журналистики и медиалингвистики,  
доцент

 Рогалева О.С.

совместно с внешними экспертами в профессиональной области (работодателями):

ООО «Коперник»,  
директор



 Дымченко А.В.

Филиал ФГУП ВГТРК «ГТРК «Иртыш»,  
директор

 Моренис Е.И.

Программа рассмотрена на заседании ученого совета факультета филологии и медиакоммуникаций (протокол № 8 от «15» марта 2021 г.)

Программа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Минобрнауки, приказ № 528 от 08.06.2017.

Декан факультета филологии и медиакоммуникаций

 Иссерс О.С.

## СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**
  - 1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы
  - 1.2 Нормативные документы
  - 1.3 Перечень сокращений
- 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**
  - 2.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников
  - 2.2 Перечень документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соотнесенных с ФГОС ВО
  - 2.3 Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников
- 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.**
  - 3.1 Направленность (профиль) образовательной программы
  - 3.2 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы
  - 3.3 Объем и сроки получения образовательной программы по реализуемым формам обучения
- 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
  - 4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
  - 4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
  - 5.1 Результаты обучения
  - 5.2 Учебный план, включая календарный учебный график
  - 5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)
  - 5.4 Программы практик
  - 5.5 Программа государственной итоговой аттестации
- 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) регламентирует цели, объем, содержание и планируемые результаты обучения, а также организационно-педагогические условия и технологии реализации образовательного процесса и оценки качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Современные медиатехнологии в рекламе, СМИ и социальных коммуникациях представляет собой систему документов, разработанную совместно с внешними экспертами в профессиональной области с учетом федерального законодательства, потребностей регионального рынка труда, требований федеральных органов исполнительной власти, а также с учетом примерной основной образовательной программы.

Целью ОПОП ВО является:

- 1) развитие у студентов таких социально-личностных качеств, как целеустремленность, организованность, трудолюбие, ответственность, гражданственность, коммуникабельность, толерантность;
- 2) обеспечение стремления выпускников к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства в области профессиональной деятельности, связанной с информационно-коммуникационными, рекламными и PR-технологиями;
- 3) подготовка специалиста, готового нести моральную и правовую ответственность за свою профессиональную деятельность, обрабатывать, формировать различного рода информационные потоки, безопасные для общества и служащие оптимизации социальной жизни, производства и рынка;
- 4) формирование у будущих выпускников универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, обеспечивающих выполнение ими профессиональных функций в области СМИ, рекламы и социальных коммуникаций.

### **1.2 Нормативные документы**

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 6 апреля 2021 года № 245;
- Профессиональный стандарт 06.008 «Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств», утвержденный приказом Минтруда России от 21.05.2014 N 332н;
- Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н;
- Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N 420н;
- Профессиональный стандарт 11.005 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденный приказом Минтруда России от 28.10.2014 N 811н;

- Профессиональный стандарт 11.006 «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н;
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно-исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях, утв. постановлением Минтруда РФ от 21 августа 1998 г. N 37.

### 1.3 Перечень сокращений

ГИА – государственная итоговая аттестация;

з.е. – зачетная единица;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ОПОП – основная профессиональная образовательная программа;

ОТФ – обобщенная трудовая функция;

ПС – профессиональный стандарт;

ПК – профессиональные компетенции;

ТФ – трудовая функция;

УК – универсальные компетенции;

ФОС – фонд оценочных средств.

ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования.

## 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

### 2.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Область профессиональной деятельности	Сфера профессиональной деятельности
06Связь, информационные и коммуникационные технологии	в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы
11Средства массовой информации, издательство и полиграфия	в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации
01 Образование и наука	в сфере научных исследований
	сфера рекламы и связей с общественностью

**Типы задач** профессиональной деятельности выпускников: авторский, проектно-аналитический, научно-исследовательский.

Перечень основных **объектов (или областей знания)** профессиональной деятельности выпускников: текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам.

### 2.2 Перечень документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соотнесенных с ФГОС ВО

Выпускник направления подготовки должен быть готов к выполнению обобщенных трудовых (трудовых) функций.

## Перечень обобщенных трудовых (трудовых) функций

Документы, закрепляющие квалификационные характеристики	Обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ)
ПС 06.008 «Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств»	<b>В</b> Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства
ПС 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»	<b>В</b> Организация продвижения продукции СМИ
ПС 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»	<b>В</b> Создание и редактирование информационных ресурсов <b>В/01.5</b> Подбор информации по тематике сайта <b>В/02.5</b> Создание информационных материалов для сайта <b>В/03.5</b> Редактирование информации на сайте <b>В/04.5</b> Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях <b>В/05.5</b> Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях <b>С</b> Управление (менеджмент) информационным и ресурсами <b>С/03.6</b> Контроль за наполнением сайта <b>С/05.6</b> Анализ информационных потребностей посетителей сайта <b>С/07.6</b> Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта.
ПС 11.005 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»	<b>А</b> Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ <b>В</b> Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ
ПС 11.006 «Редактор средств массовой информации»	<b>А</b> Работа над содержанием публикаций СМИ
Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих. Квалификационные характеристики должностей работников, занятых в научно-исследовательских учреждениях, конструкторских, технологических, проектных и изыскательских организациях	<b>Должность: научный сотрудник</b> проведение научных исследований по отдельным разделам (этапам, заданиям) темы в качестве ответственного исполнителя или совместно с научным руководителем; сбор, обработка, анализ и обобщение передового отечественного и зарубежного опыта; составление отчетов (разделов отчета) по теме проводимых исследований или ее разделу.

**2.3 Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников**

Области профессиональной деятельности, соотнесенные с типами задач профессиональной деятельности и учитывающие профессиональные задачи, представлены в таблице 3.

## Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности(или области знания)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)  06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	Авторский	Осуществление авторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, а также в сфере рекламы, связей с общественностью и других социальных коммуникаций	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам
	Проектно-аналитический	Создание концепции и планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам
01 Образование и наука	Научно-исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам

### 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

#### 3.1 Направленность (профиль) образовательной программы

Современные медиатехнологии в рекламе, СМИ и социальных коммуникациях

#### 3.2 Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы

Магистр

#### 3.3 Объем и сроки получения образовательной программы по реализуемым формам обучения

Объем образовательной программы составляет 120 зачетных единиц в соответствии с ФГОС ВО.

Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год устанавливается в учебном плане.

## Срок получения по реализуемым формам обучения

Форма обучения	Срок получения образования
очная	2 года
заочная	2 года 6 месяцев
очно-заочная	2 года 5 месяцев

#### 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам должна обеспечивать формирование у выпускника всех компетенций, установленных образовательной программой.

##### 4.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения представлены в таблице 5.

Таблица 5

## Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними УК-1.2. Определяет пробелы в информации, необходимой для решения проблемной ситуации, и проектирует процессы по их устранению УК-1.3. Критически оценивает противоречивую информацию, полученную из различных источников УК-1.4. Разрабатывает и содержательно аргументирует стратегию решения проблемной ситуации
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Понимает базовые принципы проектного управления/деятельности УК-2.2. Применяет принципы проектного управления для решения профессиональных задач
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Понимает значение стратегии взаимодействия (вовлеченности) для достижения поставленной цели, принципы командной работы УК-3.2. Способен осуществлять взаимодействие с членами команды при организации и планировании совместной работы для достижения поставленной цели
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на	УК-4.1. Организует общение используя современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах) УК-4.2. Создает тексты разных жанров в целях организации профессионального и

Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
	иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	академического общения на русском и иностранном(ых) языке(ах) с учетом норм и узуса соответствующего языка(ов) УК-4.3. Аргументированно и конструктивно отстаивает свои позиции и идеи в процессе академической и профессиональной коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Учитывает особенности иных культур в процессе межкультурного взаимодействия УК-5.2. Анализирует информацию о культурных особенностях разных сообществ для ее использования в профессиональной деятельности
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Определяет приоритеты деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, перспективы развития деятельности, в т.ч. с применением технологий тайм-менеджмента УК-6.2. Выстраивает траекторию профессионального и личностного развития на основе самооценки

#### 4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения представлены в таблице 6.

Таблица 6

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа)ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и / или медиапродуктов и / или коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованных разным аудиторным группам, с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и

Категория (группа)ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
	общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах,и (или)коммуникационных продуктах	государственных институтов ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованных разным аудиторным группам
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)медиапродуктов,и (или)коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованных разным аудиторным группам
Аудитория	ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или)медиапродукты,и (или)коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иного коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованных разным аудиторным группам
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иного

Категория (группа)ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
	регулирувания	коммуникационного продукта, передаваемого по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованных разным аудиторным группам, использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере СМИ, рекламы и социальных коммуникаций с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.2.Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии СМИ, рекламы и социальных коммуникаций, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере СМИ, рекламы и социальных коммуникаций с учетом оценки, и прогнозирования возможных эффектов, разрабатываемых коммуникационных решений ОПК- 7.3. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

#### 4.3 Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Профессиональные компетенции, сформированы на основе профессиональных стандартов и документов, закрепляющих квалификационные характеристики, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники и представлены в таблице 7.

## Профессиональные компетенции и индикаторы их достижений

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
<b>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</b>				
Осуществление авторской деятельности любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа, а также в сфере рекламы, связей с общественностью и других социальных коммуникаций	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам	ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текстов рекламы и связей с общественностью, журналистских текстов и (или) иных коммуникационных продуктов любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью, журналистские тексты и (или) иные коммуникационные продукты любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств; 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации; 11.006 Редактор средств массовой информации
<b>Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический</b>				
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам	ПК-4. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-4.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-4.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций ПК-4.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны	06.008 Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 11.005 Специалист по производству продукции телерадиовещательных

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
			ПК-4.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	средств массовой информации
<b>Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский</b>				
Проведение научного исследования в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	Текст рекламы и связей с общественностью, журналистский текст и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам СМИ и другими медиа, адресованный разным аудиторным группам	ПК-7. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы, журналистики и социальных коммуникаций	ПК-7.1. Формулирует концепцию научного исследования ПК-7.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-7.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих

## **5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

### **5.1 Результаты обучения**

Совокупность компетенций, установленных образовательной программой:  
универсальные компетенции УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6;  
общепрофессиональные компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7;

профессиональные компетенции, соответствующие типам задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа: ПК-1, ПК-4, ПК-7.

Компетенции и соответствующие индикаторы достижения компетенций соотнесены с результатами обучения по дисциплинам (модулям), практикам в соответствующих рабочих программах.

Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам обеспечивает формирование у выпускника всех компетенций, установленных образовательной программой.

### **5.2 Учебный план, включая календарный учебный график**

Учебный план, включая календарный учебный график, является составной частью образовательной программы и определяет общую структуру подготовки выпускника в соответствии с действующими ФГОС ВО на весь период обучения.

В учебном плане выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Учебный план, включая календарный учебный график, в период его реализации может корректироваться с учетом развития науки и технологий, запросов работодателей, а также при изменении нормативно-правовой базы.

### **5.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)**

Рабочие программы дисциплин (модулей) являются составной частью образовательной программы и включают в себя фонды оценочных средств.

Методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующих образовательных технологий, указываются в рабочих программах дисциплин (модулей).

### **5.4 Программы практик**

Практики являются формой организации образовательной деятельности, при которой обучающиеся выполняют определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью, в рамках практической подготовки.

Образовательной программой предусмотрены следующие типы практик:

Производственная практика: профессионально-творческая практика;

Производственная практика: научно-исследовательская работа;

Производственная практика: преддипломная практика.

Программы практик являются составной частью образовательной программы и включают в себя перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, а также фонды оценочных средств.

### **5.5 Программа государственной итоговой аттестации**

Государственная итоговая аттестация включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Программа государственной итоговой аттестации является составной частью образовательной программы и содержит:

- требования к выпускной квалификационной работе и порядку ее выполнения (примерные темы выпускных квалификационных работ), рекомендации обучающимся по подготовке выпускной квалификационной работы, требования к оформлению,

требования к докладу, порядку его подготовки, перечень рекомендуемой литературы, процедура проведения и т.п.);

- фонд оценочных средств.

## **6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ**

Условия реализации образовательной программы соответствуют требованиям раздела IV ФГОС ВО.