



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор-проректор по учебной работе

А.Б. Безбородов

«24» июня 2016 г.

**Образовательная программа высшего образования
по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
(уровень магистратуры)**

Направленность (профиль) – «Управление брендом в рекламе и связях с общественностью».

Квалификация (степень) – магистр.

Форма обучения – очная, очно-заочная.

Образовательная программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры), утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.04.2015 г. № 372.

Срок освоения образовательной программы – при очной форме обучения 2 года, очно-заочной форме обучения – 2 года и 4 месяца.

Трудоемкость образовательной программы – 120 з.е.

Цель – профессиональная подготовка магистров в соответствии с уровнем развития современных коммуникаций.

Характеристика профессиональной деятельности выпускников.

Область профессиональной деятельности:

коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

Объекты профессиональной деятельности:

государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

Виды профессиональной деятельности:

организационно-управленческая;

коммуникационная;

проектная;

информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая;

научно-исследовательская и педагогическая.

Планируемые результаты освоения образовательной программы:

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы общекультурные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Выпускник образовательной программы должен обладать следующими **общекультурными компетенциями (ОК):**

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).

Выпускник образовательной программы должен обладать **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

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 (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 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).

Выпускник образовательной программы должен обладать **профессиональными компетенциями (ПК):**

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);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-13);

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);

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);

способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

способностью интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);

способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);

способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26)

Преимущества и особенности образовательной программы в РГГУ.

В современных экономических условиях является актуальной подготовка магистров, имеющих не только углубленное представление об общих закономерностях развития рынка рекламы и маркетинга, но и владеющих практическими навыками анализа эффективности рекламной деятельности, системного подхода к вопросам совершенствования технологий связей с общественностью и формировании конкурентной рыночной среды.

Особенностью магистерской программы «Реклама и связи с общественностью» является формирование у обучающихся системного представления о структуре и тенденциях развития современного рынка рекламы и технологий связей с общественностью. Компетенции, предусмотренные магистерской программой, можно сформировать только на основе полноценного гуманитарного образования, являющегося базой современного мышления. Особая актуальность такого подхода вытекает из осуществляемых в настоящее время широкомасштабных реформ в социальной сфере, которые невозможно адекватно спроектировать и осуществить без учета гуманистической специфики российского образования, что характерно для РГГУ.

Программа предназначена для выпускников российских вузов, бакалавров, получивших гуманитарное образование.

Магистерская программа представляет уникальную возможность совмещения фундаментальной подготовки в области современных коммуникаций с получением специальных знаний в сферах рекламы и связей с общественностью. Кроме аудиторных занятий в форме лекций, практикумов, деловых игр, учебный процесс включает серию мастер-классов, в ходе которых руководители и ведущие топ-менеджеры крупных российских компаний смогут поделиться со слушателями своим опытом и передать им уроки мастерства в области практической деятельности.