

**Описание основной профессиональной образовательной программы высшего образования
(ОПОП ВО) по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Магистерская программа: «Коммуникационный менеджмент» (прикладная магистратура).
Руководитель программы к.э.н., доц. Мореева Е.В.

- 1. Квалификация, присваиваемая выпускникам** - магистр
- 2. Форма обучения** – очная, очно-заочная
- 3. Нормативный срок освоения ОПОП ВО** - 2 года.
- 4. Срок освоения ОПОП** по очно-заочной форме обучения – 2года 6 месяцев
- 5. Требования к абитуриенту:** правом обучения по программе обладают граждане РФ и зарубежных стран, успешно завершившие обучение по одной из основных образовательных программ высшего образования и имеющие диплом о высшем образовании.
- 6. Область профессиональной деятельности выпускника** включает:
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, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.
- 7. Объектами профессиональной деятельности выпускника являются:**
государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации; научно-исследовательские центры; агентства по рекламе и маркетингу; брендинговые агентства; отделы по связям с общественностью государственных, коммерческих и общественных организаций; консалтинговые фирмы, различные инновационные проекты.
- 8. Виды профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник:** организационно-управленческая
- 9. Планируемые результаты освоения образовательной программы.** В результате освоения ОПОП выпускник будет обладать следующими компетенциями:
Общекультурными компетенциями (ОК):
ОК-1 - способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу;
ОК-2 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения;
ОК-3 - готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала;
ОК-4 - способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;
ОК-5 - способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения;
ОК-6 - способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне.
Общепрофессиональными компетенциями (ОПК):
ОПК-1- 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-2- способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-3- владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках;

ОПК-4- способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов;

ОПК-5- владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках;

ОПК-6- владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран;

ОПК-7- 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-8- готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении;

ОПК-9- способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.

Профессиональными компетенциями (ПК):

Организационно-управленческая деятельность:

ПК-1: способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность;

ПК-2: способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий;

ПК-3: способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью;

ПК-4: способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность;

ПК-5: способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность;

ПК-6: способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность;

ПК-7: способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях;

ПК-8: способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации;

ПК-9: способностью к выработке нестандартных решений;

ПК-10: способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга;

ПК-11: способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов.

10. В результате освоения ОПОП выпускник должен решать следующие задачи: осуществлять управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании (организации), планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью; контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.

