

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

Магистерская программа: «Образ, знак, символ в современной рекламе, PR и GR: теория и практика инноваций» (академическая магистратура).

Руководитель программы д. иск., проф. Макарова Т. Л.

1. Квалификация, присваиваемая выпускникам: магистр

2. Форма обучения – очная, очно-заочная

3. Нормативный срок освоения ОПОП ВО по очной форме обучения - 2 года

4. Нормативный срок освоения ОПОП по очно-заочной форме обучения - 2 года 6 месяцев

5. Требования к абитуриенту – правом обучения по программе обладает абитуриент, успешно завершивший обучение по одной из основных образовательных программ высшего образования и имеющий диплом о высшем образовании.

6. Область профессиональной деятельности выпускника: 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. Объекты профессиональной деятельности выпускника: государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

8. Вид профессиональной деятельности, к которому готовится выпускник, освоивший программу магистратуры: научно-исследовательская и педагогическая деятельность.

9. Планируемые результаты освоения образовательной программы. В результате освоения ОПОП выпускник будет обладать следующими компетенциями:

Общекультурными компетенциями:

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

ОК-2 - готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную 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):

научно-исследовательская и педагогическая деятельность:

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

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

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

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

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

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

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

10. В результате освоения ОПОП ВО выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи:

научно-исследовательская и педагогическая деятельности:

выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью;

определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий, а также стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью;

подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов.