Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Одобрена решением Ученого совета МГИМО МИД России
от 12.04 2022 года № 15/22

«Утверждаю»

Первый проректор
МГИМО МИД России

Г.П. Толстопятенко

«14» апреля 2022 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность подготовки (профиль)
Новые медиа и стратегические коммуникации

Квалификация
Магистр

Москва - 2022

Оглавление

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ..... 4
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» подготовки магистрантов по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 4
1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 4
1.3. Перечень сокращений 5
Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ.. 7
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников 7
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО 7
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников 8
Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» 11
3.1. Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 11
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 11
3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 11
3.4. Формы обучения 11
3.5. Срок получения образования 11
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 12
4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части 12
РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 23
5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 23
5.2. Типы практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 24
5.3. Учебный план и календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 24
5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 25
5.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 25
5.5. Программа государственной итоговой аттестации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 26
Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО

ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 28
6.1 Требования к условиям реализации ОПОП включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации». 28
6.2 Общесистемные требования к реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 28
6.3 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 29
6.4. Требования к кадровым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 35
6.5. Требования к финансовым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 37
6.6 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 37
РАЗДЕЛ 7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ 39
Приложение 1 40
Приложение 2 41

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» подготовки магистрантов по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Назначение основной образовательной программы «Новые медиа и стратегические коммуникации» (далее – ОПОП), разработанной Федеральным государственным автономным образовательным учреждением высшего образования «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации» (далее – МГИМО или «Университет») по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью на основе соответствующего образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России (далее ОС ВО МГИМО МИД России) с учетом профессиональных стандартов - подготовка выпускника, который способен, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности в области политологии.

Основная профессиональная образовательная программа «Новые медиа и стратегические коммуникации» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки студентов и включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные средства, методические и иные материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

- Федеральный закон Российской Федерации: «Об образовании в Российской Федерации» (от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ (в действующей редакции));
- Приказ Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N 528 «Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (с изменениями и дополнениями);

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам магистратуры, программам специалитета, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (с изменениями и дополнениями);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636 (с изменениями и дополнениями);
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации № 885/390 от 05.08.2020 г. (с изменениями и дополнениями);
- Устав ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации».
- Образовательный стандарт высшего образования МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация «магистр»), утвержденный решением Ученого совета МГИМО МИД России от 13.06. 2019 г. № 13/19 (актуализирован решением Ученого Совета МГИМО МИД России от 01.07.2021 г. Протокол № 08/21);
- Положение «О государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России», утвержденное Приказом МГИМО МИД России № 403 от 09.06.2016 года;
- Положение «О практической подготовке обучающихся МГИМО МИД России», утвержденное Решением Ученого совета МГИМО МИД России (протокол № 02/20 от 30.10.2020 г.).

1.3. Перечень сокращений

- ВКР - выпускная квалификационная работа
- ГИА - государственная итоговая аттестация
- ЕКС – единый квалификационный справочник
- з.е. – зачетная единица
- ОПОП – основная профессиональная образовательная программа
- ОТФ – обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ОС ВО МГИМО МИД России – образовательный стандарт высшего образования МГИМО МИД России

- ПК – профессиональные компетенции
- ПС – профессиональный стандарт
- СМИ – средства массовой информации
- ТФ – трудовая функция
- УГСН – укрупненная группа специальностей и направлений
- УК – универсальные компетенции
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ФЗ – Федеральный закон
- ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие основную профессиональную образовательную программу высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации», могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 01 Образование и наука
- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)
- сфера рекламы и связей с общественностью

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

– организационно-управленческий
– проектно-аналитический
– научно-исследовательский
– авторский
– педагогический

Перечень основных объектов профессиональной деятельности выпускников:

текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности;
учебная и учебно-методическая литература по направлению подготовки.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ОС ВО МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, приведен в Приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, представлен в Приложении 2.

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	**Типы задач профессио-нальной деятельности**	**Задачи профессиональной деятельности**	**Объекты профессиональной деятельности (или области знания)**
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационно - управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
	проектно - аналитический	Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
11 Средства массовой информации, издательство и	авторский	Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной

полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)		сфере рекламы и связей с общественностью	Коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности
01 Образование и наука	научно - исследовательский	Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности учебная и учебно-методическая литература по направлению подготовки
	педагогический	Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин	учебная и учебно-методическая литература по направлению подготовки
Реклама и связи с общественностью	организационно - управленческий	Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный

			разным целевым группам/группам общественности
	проектно - аналитический	Создание концепции, Планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

3.1. Направленность основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации», направленная на формирование полноценного профессионала, обладающего необходимым личностным творческим потенциалом, строится на учете сфер его профессиональной деятельности, а именно, рекламы и связей с общественностью с углубленным изучением стратегических коммуникаций и освоением инструментария новых медиа.

Владение иностранным языком профессиональной коммуникации позволит выпускникам магистратуры работать на международном уровне, ориентироваться в процессах глобального характера, следить за тенденциями развития коммуникативных практик и технологий, учитывать опыт международного сообщества специалистов отрасли, совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистр

3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Объем программы 120 зачетных единиц (далее - з.е.).

3.4. Формы обучения

Очная

3.5. Срок получения образования

2 года

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИУК-1.1 Знать: виды, методы и концепции критического анализа ИУК-1.2 Уметь: применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях ИУК-1.3 Владеть: основными принципами, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1 Знать: организационные и технологические методы, принципы и инструменты, используемые в проектной работе; методы, критерии и параметры представления, описания и оценки результатов/продуктов проектной деятельности. ИУК-2.2 Уметь: разрабатывать техническое задание проекта, его план-график; составлять, проверять и анализировать проектную

		документацию; составлять и представлять результаты проекта в виде отчетов, статей, выступлений на конференциях; организовывать и координировать работу участников проекта. Владеть: навыками эффективной организации и координации этапов реализуемого проекта с целью достижения наилучшего результата при балансировании между объёмом работ и ресурсами.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1 Знать: основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели. ИУК-3.2 Уметь: осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата. ИУК-3.3 Владеть: навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(-ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1 Знать: основные принципы и правила деловой, академической и профессиональной этики; основные средства информационно-коммуникационных технологий. ИУК-4.2 Уметь: грамотно, четко и доступно излагать в письменной и/или устной форме научную и профессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языках; создавать тексты официально-делового и научного стилей речи на русском и

		иностранном (-ых) языках при изложении профессиональных вопросов; редактировать и корректировать официально-деловые, научные и профессиональные тексты на русском и иностранном (-ых) языках; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для академического и профессионального взаимодействия. ИУК-4.3 Владеть: навыками эффективной устной и письменной коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия на русском и иностранном (-ых) языках, в том числе с использование современных информационно-коммуникационных технологий.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1 Знать: основные концепции, трактовки и компоненты понятий «культура» и «межкультурные коммуникации». ИУК-5.2 Уметь: коммуниципировать и создавать официально-деловые, научные и профессиональные тексты, учитывая цивилизационные, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности аудитории/собеседника/оппонента. ИУК-5.3 Владеть: навыками и приемами эффективной межкультурной коммуникации, основанной на знании разнообразия культур.

Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1 Знать: основы, направления, источники и способы совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда. ИУК-6.2 Уметь: правильно формулировать цели, задачи и планировать время для профессионального развития и карьерного роста с учетом условий, средств, личностных возможностей, и требований рынка труда; оптимально использовать собственные ресурсы и возможности для успешной профессиональной деятельности; критически оценивать собственные ресурсы и возможности для успешной профессиональной деятельности. ИУК-6.3 Владеть: навыками и приемами определения, планирования, реализации и совершенствования профессиональной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста и требований рынка труда.

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	ИОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ИОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных

	коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ИОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ИОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ИОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов
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	ИОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ИОПК-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 и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и	ИОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2. При принятии

	экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью 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	ИОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ИОПК-6.2.Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ИОПК-7.2. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческая деятельность				
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	Организация/личность	ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ИПК-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ИПК-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ИПК-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам 06.009 Специалист по продвижению и распростране-нию продукции средств массовой информации

			индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	
Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-2 Способен разрабатывать и внедрять план стратегических коммуникаций для формирования имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешность	ИПК-2.1 Владеет теоретическими аспектами понятия «стратегические коммуникации». ИПК-2.2 Осуществляет управление процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных проектов, направленных на формирование имиджа и репутации организации/личности, выстраивания отношения с обществом и организациями, повышения конкурентоспособности и прибыльности, обеспечения политической, социальной и экономической успешность.	06.009 Специалист по продвижению и распростране-нию продукции средств массовой информации. Анализ опыта
Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитическая деятельность				
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам	ПК-3. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам

общественностью	средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности		стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике. ИПК-3.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью в международной деловой и/или социокультурной средах	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый новыми медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-4. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с применением цифровых и сетевых технологий и коммуникаций	ИПК-4.1 Владеет инструментарием новых медиа. ИПК-4.2 Разрабатывает и реализует проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью с использованием особенностей и инструментов новых медиа. ИПК-4.3 Использует цифровые и сетевые технологии при анализе текущей ситуации и прогнозировании в сфере рекламы и связей с общественностью	Анализ опыта
Тип задач профессиональной деятельности: авторская деятельность				
Осуществление авторской деятельности любого уровня сложности в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими	ПК-5. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и	ИПК-5.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИПК-5.2. Создает сценарии	Анализ опыта

	медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	имеющегося мирового и отечественного опыта	для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ИПК-5.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны ИПК-5.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной **стратегии**	
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательская деятельность				
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности учебная и учебно-методическая литература по направлению подготовки	ПК-6. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК-6.1. Формулирует концепцию научного исследования ИПК-6.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ИПК-6.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования, на основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	Анализ опыта

Тип задач профессиональной деятельности: педагогическая деятельность				
Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	учебная и учебно-методическая литература по направлению подготовки	ПК-7. Способен принимать участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	ИПК-7.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной учебной и учебно-методической литературы по направлению подготовки ИПК-7.2. Ассистирует при разработке учебно-методических материалов дисциплин и практик	Анализ опыта

РАЗДЕЛ 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

5.1. Объем обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Объем ОПОП составляет 120 зачетных единиц.

Объем ОПОП, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

Структура и объем ОПОП ВО

Структура программы магистратуры		**Объем программы магистратуры и ее блоков в з.е.**
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 60
Блок 2	Практика	не менее 30
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем программы магистратуры		**120**

Структура Блока 1 "Дисциплины (модули)" включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. Объем обязательной части, без учета объема Государственной итоговой аттестации, составляет не менее 20 % от общего объема программы.

Обязательная часть Блока 1 состоит из дисциплин (модулей), направленных на реализацию универсальных и общепрофессиональных компетенций.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений Блока 1, включает в себя дисциплины (модули), формирующие установленные универсальные и профессиональные компетенции.

В Блок 2 «Практика» входит производственная практики.

Типы производственной практики:

- научно-исследовательская работа

- педагогическая практика
- преддипломная практика.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входят:

- подготовка к сдаче и сдача итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки и государственного экзамена по иностранному языку;
- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

ОПОП обеспечивает возможность обучающимся освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем ОПОП.

МГИМО МИД России предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по ОПОП, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

5.2. Типы практики основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

В Блок 2 "Практика" входит производственная практики.

Типы производственной практика:

- научно-исследовательская работа
- педагогическая практика
- преддипломная практика.

5.3. Учебный план и календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

5.3.1. Учебный план ОПОП ВО «Новые медиа и стратегические коммуникации»

Утвержденный учебный план образовательной программы размещен на сайте МГИМО МИД России в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

5.3.2 Календарный учебный график ОПОП ВО «Новые медиа и стратегические коммуникации»

Календарный учебный график размещен на сайте МГИМО МИД России в разделе «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Утвержденные рабочие программы учебных дисциплин и практик содержатся в Приложении к ОПОП ВО.

5.5. Фонды оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

В соответствии с ОС ВО МГИМО МИД России магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных материалов, включающие в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание 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 образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

5.5. Программа государственной итоговой аттестации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Согласно требованиям ОС ВО МГИМО МИД России по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью**,** государственная итоговая аттестация выпускника высшего учебного заведения является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям ОС ВО МГИМО МИД России для присвоения академической степени магистр. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускаются студенты, успешно завершившее в полном объеме освоение образовательной программы магистратуры.

Итоговые аттестационные испытания государственной итоговой аттестации выпускников МГИМО МИД России включают в себя:

- подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена по иностранному языку;
- подготовку к сдаче и сдачу итогового государственного междисциплинарного экзамена по направлению подготовки;
- подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Суммарный объем Государственной итоговой аттестации составляет 9 з.е.

Программа итогового междисциплинарного государственного экзамена по направлению подготовки в магистратуре включает в себя тематику дисциплин обязательной части и части, формируемая участниками образовательных отношений, учебного плана. Итоговый междисциплинарный государственный экзамен по направлению подготовки проводится в устной форме.

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой и утверждаются приказом по Университету. Обучающемуся предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки.

Требования к содержанию, объему и структуре выпускной квалификационной работы магистра определены выпускающей кафедрой и отражены в программе итоговой государственной аттестации**.**

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

6.1 Требования к условиям реализации ОПОП включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации».

6.2 Общесистемные требования к реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

6.2.1 МГИМО МИД России располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации ОПОП по Блоку 1 "Дисциплины (модули)", и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

6.2.2 Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде МГИМО МИД России из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории МГИМО МИД России, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда МГИМО МИД России обеспечивает возможность:

доступа к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

формирования электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды

обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации[1].

6.3 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

6.3.1 Помещения МГИМО МИД России представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных ОПОП, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду МГИМО МИД России.

6.3.2 МГИМО МИД России обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей)).

6.3.3. Библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Площадь библиотеки составляет 4000 м2. Общее число посадочных мест в четырех читальных залах (общий, периодических изданий, справочный, редких книг и рукописей) – 279, из них оборудовано компьютерами, подключенными к сети Интернет - 53. В залах также работает WiFi. На территории МГИМО для учащихся открыто также 4 кабинета и информационный центр, которые работают в режиме читальных залов, их фонды комплектуются научной библиотекой. Общее число посадочных мест –

[1] Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4243, N 48, ст. 6645; 2015, N 1, ст. 84; N 27, ст. 3979; N 29, ст. 4389, ст. 4390; 2016, N 26, ст. 3877; N 28, ст. 4558; N 52, ст. 7491; 2017, N 18, ст. 2664; N 24, ст. 3478; N 25, ст. 3596), Федеральный закон от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927; N 30, ст. 4217, ст. 4243; 2016, N 27, ст. 4164; 2017, N 9, ст. 1276).

89, из них оборудовано компьютерами, подключенными к сети Интернет - 40.

Фонд библиотеки в цифрах:

Печатные издания		
1.	Объем библиотечного фонда. Всего (экз.)	764 729
2.	из него литература:	
3.	учебная	452 771
4.	художественная	23 978
5.	научная	287 980

Электронные документы	
Всего	2 443 136
Из них:	
Книги	319 980
Периодика (количество наименований)	23 156
Диссертации	2 100 000

Для обеспечения учебного процесса библиотекой оформлена печатная подписка на 196 названий отечественной и зарубежной периодики.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотечным системам и научным базам данных, содержащим учебные, учебно-методические, справочные и научные издания по изучаемым дисциплинам. Доступ к ЭБС осуществляется на основании прямых договоров с правообладателями. При этом обеспечена возможность удаленного доступа к электронным ресурсам. Кроме того, на всех компьютерах читальных залов библиотеки установлены справочно-правовые системы «Консультант Плюс» и «Гарант».

Библиотека работает в автоматизированной информационно-библиотечной системе МАРК-SQL. В настоящее время в электронном каталоге представлены все издания, находящиеся в фонде библиотеки. Электронные каталоги библиотеки содержат 385 006 библиографических записей, все они представлены в Интернет. На платформе МАРК-SQL размещены 5605 выпускных квалификационных работ.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению.

ПЕРЕЧЕНЬ

электронных библиотечных систем, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№ п/п	Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа	Характеристики ресурса	Для профессионального использования по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»
1.	ЭБС ZNANIUM.COM «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.com/	Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 20 тыс.) Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».	476 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью
2.	ЭБС «Университетская библиотека онлайн» ООО «НексМедиа» https://biblioclub.ru/	Доступ к базовой коллекции и 135 книгам издательств-партнеров Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 100 тыс. наименований). Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению». В базе данных представлено более 3000 аудиокниг, а скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержат подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройств для прослушивания книг), а	Около 200 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью

		также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.	
3.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 8 тыс. учебников и монографий. Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2012: «Интернет-ресурсы. Требования доступности для инвалидов по зрению».	Около 40 книг по рекламе и СО
4.	Cambridge University Press https://www.cambridge.org/core	Коллекция журналов по гуманитарным и социальным наукам (Humanities & Social Sciences, 250 журналов) и коллекция книг «Cambridge Histories» (54 книги)	Более 119500 статей из авторитетных рецензируемых журналов для специалистов в области рекламы и СО
5.	«eBook Academic Subscription Collection» EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	«eBook Academic Subscription Collection» - более 170 тысяч электронных книг: монографии, учебники, словари, энциклопедии, справочники	Более 430 книг для специалистов в области рекламы и СО
6.	Academic Search Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Мультидисциплинарная база данных, содержит полные тексты 4600 журналов, включая 3900 рецензируемых. Содержит статьи, главы из книг и статистических сборников, газеты, аналитическую информацию, фотоматериалы, карты, торговые публикации. Эта база данных обновляется ежедневно на EBSCOhost.	Представлено около 68 тысяч статей для специалистов в области рекламы и СО из академических журналов
7.	MasterFILE Premier EBSCO Publishing http://search.ebscohost.com/	Эта междисциплинарная база данных предоставляет полный текст почти для 1700 периодических изданий. MasterFILE Premier охватывает практически все предметные области, представляющие общий интерес, и содержит около 500 справочных	Содержит более 157 тысяч статей из периодических изданий для специалистов рекламы и СО

		книг и более 164 400 первоисточников, а также коллекцию изображений из более чем 592 000 фотографий, карт и флагов. Эта база данных обновляется ежедневно через EBSCOhost.	
8.	Scopus Elsevier B.V. https://www.scopus.com/	Мультидисциплинарная (около 350 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций и монографий. Scopus индексирует контент из 24 600 активных изданий от 5000 издателей, который тщательно проверяется и отбирается.	Из-за огромного охвата изданий в базе Scopus специалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации.
9.	Web of science Clarivate Analytics http://apps.webofknowledge.com/	Мультидисциплинарная (около 250 научных областей) реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных журнальных статей, материалов научных конференций и монографий. Индексирует контент из более чем 12500 активных изданий.	Специалист в любой области может отобрать наиболее актуальные публикации по теме работы/исследования. Используя встроенные инструменты и аналитику, он может определить качество и востребованность полученной информации
10.	Oxford University Press https://academic.oup.com/journals/	Более 200 журналов издательства Оксфорд с архивами	Более 50 тысяч статей о рекламе и СО
11.	Oxford Handbooks Online https://www.oxfordhandbooks.com/ в объеме следующих тематических коллекций: - Economics and Finance; - History; - Law; - Linguistics; - Business and Management; - Political Science; - Sociology.	Около 1000 справочников издательства Oxford University Press	Более 9 тысяч статей из 39 справочных изданий о рекламе и СО
12.	SAGE Premier SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	1093 журнала издательства по различным отраслям	Более 2000 статей о рекламе и СО

		знаний с архивами	
13.	SAGE Research Methods https://methods.sagepub.com/	Базовая коллекция - содержит книги, количественные и качественные методы исследований, планировщик проектов и т.д.	Специалист в любой области может использовать ресурс для подготовки и проведения научного исследования.
14.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	1510 журналов издательства с архивами	Более 1900 статей о рекламе и СО
15.	ProQuest Dissertations and Theses Global ProQuest https://search.proquest.com/pqdtglobal/	Содержит более 3,8 миллионов диссертаций, и тезисов диссертаций из 88 стран мира (с 1861 года по настоящее время), из них более 1,7 миллионов — полнотекстовые. PQDTGlobal является официальным цифровым архивом диссертаций Библиотеки Конгресса.	более 188 тысяч полнотекстовых диссертаций посвященных рекламе и СО
16.	Taylor & Francis https://www.tandfonline.com/	Более 2000 полнотекстовых журналов издательства по различным отраслям знаний с архивами	Более 2000 статей о рекламе и СО из 6 научных журналов
17.	Национальная электронная библиотека (по условиям договора установлено на 60 компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/	Более 4 миллионов электронных копий книг, учебной и периодической литературы, диссертаций и авторефератов, монографий, патентов, нот, изобразительных и картографических изданий Общее количество электронных документов в фондах НЭБ - 5 022 021. В общественном достоянии - 4 198 803. Охраняемые авторским правом - 735 590.	НЭБ содержит, в том числе, более 1600 диссертаций и 650 авторефератов, посвященных рекламе и СО
18.	Springer Nature https://link.springer.com/	Коллекции журналов и книг на платформе https://link.springer.com/	В том числе более 800 монографий, более 560 тысяч журнальных статей
19.	ScienceDirect Elsevier B.V. https://www.sciencedirect.com/	«Freedom collection» - 2500 журналов и 4000 книг по 23 тематическим блокам	Более 444 тысяч публикаций, изданных в последние 3 года

Профессиональные ресурсы открытого доступа

№ п/п	Наименование базы данных, производитель, платформа и/или адрес входа	Характеристики ресурса
1.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал в области науки, технологии, медицины и образования, содержащий рефераты и полные тексты более 29 млн научных статей и публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научных журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе. Библиотека интегрирована с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ).
2.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» **https://cyberleninka.ru/**	Это научная электронная библиотека открытого доступа (Open Access), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. Содержит более 2 миллионов научных статей

Обучающимся также предоставляется доступ к современным профессиональным базам данных других, непрофильных направлений подготовки.

6.3.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

6.3.5. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.4. Требования к кадровым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

6.4.1. Реализация ОПОП обеспечивается педагогическими работниками МГИМО МИД России, а также лицами, привлекаемыми МГИМО МИД России

к реализации данной программы магистратуры на иных условиях.

6.4.2. Квалификация педагогических работников МГИМО МИД России отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.4.3. Не менее 75 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России, участвующих в реализации ОПОП и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации данной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.4.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России, участвующих в реализации ОПОП и лиц, привлекаемых МГИМО МИД России к реализации данной программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.4.5. Не менее 60 процентов численности педагогических работников МГИМО МИД России и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности МГИМО МИД России на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

6.4.6. Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником МГИМО МИД России, имеющим ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации), осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские (творческие) проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской (творческой) деятельности на национальных и международных конференциях.

6.5. Требования к финансовым условиям реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

6.5.1. Финансовое обеспечение реализации ОПОП осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ магистратуры и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации[2].

6.6 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

6.6.1 Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОПОП определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой МГИМО МИД России принимает участие на добровольной основе.

6.6.2 В целях совершенствования ОПОП МГИМО МИД России при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по данной программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников МГИМО МИД России.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по ОПОП обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

6.6.3 Внешняя оценка качества образовательной деятельности по ОПОП ВО в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по данной программе требованиям ОС ВО МГИМО МИД России.

6.6.4 Внешняя оценка качества образовательной деятельности и

---

[2] См. пункт 10 постановления Правительства Российской Федерации от 26 июня 2015 г. N 640 "О порядке формирования государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2015, N 28, ст. 4226; 2016, N 24, ст. 3525; N 42, ст. 5926; N 46, ст. 6468).

подготовки обучающихся по ОПОП осуществляется в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

РАЗДЕЛ 7 СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НОВЫЕ МЕДИА И СТРАТЕГИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ» ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Меньшиков П.В. – кандидат исторических наук, доцент, заведующий Кафедрой медийной политики и связей с общественностью МГИМО МИД России

Новикова В.С. – кандидат политических наук, доцент, преподаватель Кафедры медийной политики и связей с общественностью МГИМО МИД России

Приложение 1

ПЕРЕЧЕНЬ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ, СООТВЕТСТВУЮЩИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ, ОСВОИВШИХ ПРОГРАММУ МАГИСТРАТУРЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
2.	06.009	Профессиональный стандарт "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 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
3.	06.013	Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)

Приложение 2

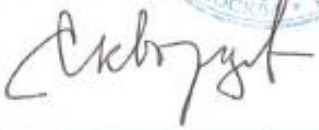
ПЕРЕЧЕНЬ
ОБОБЩЁННЫХ ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ,
ИМЕЮЩИХ ОТНОШЕНИЕ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ПРОГРАММЫ
МАГИСТРАТУРА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	B	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Поиск информации по тематике сайта	B/01.5	5
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5	5
	C	Управление	6	Контроль за наполнением сайта	C/01.6	6

		(менеджмент) информационными ресурсами		Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/02.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/03.6	6

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

СОГЛАСОВАНО:

Должность	Подпись	Ф.И.О.
Президент Российской академии общественных связей		**Расницын В.Г.**
Декан факультета Международной журналистики		**Скворцов Я.Л.**
Руководитель магистерской программы		**Меньшиков П.В.**
Председатель Студенческого союза МГИМО МИД России		**Бойко А.С.**