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
Протокол от 27 марта 2025 года № 41/25

«Утверждаю»

Первый проректор
МГИМО МИД России

Г.П. Толстопятенко

«27» марта 2025 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование магистерской программы
Новые медиа и стратегические коммуникации

Квалификация
Магистр

Москва - 2025

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 6

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» 10
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 10
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 10
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 10
3.4. Формы обучения.....10
3.5. Срок получения образования 10

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 11
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 11

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 20
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 20
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 21
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 21
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 22
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 22
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 22

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 24

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». 24

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 24

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 25

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 28

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 29

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 30

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 31

Приложение 1 32

Приложение 2 33

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ…… …… 34

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 профессиональной образовательной программы высшего образования «Новые медиа и стратегические коммуникации» (далее – ОПОП ВО), 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 рекламы и связей с общественностью.

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 06.04.2021 № 245;

- 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 (в последней редакции);
- 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 полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	авторский	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 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) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	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 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	ИОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических

	анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ИОПК-5.2. При принятии 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 компетенции	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 индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы.	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам. 06.009 Специалист по продвижению и распростране-нию продукции средств массовой информации.

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 распространению 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 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-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 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.	06.013 Специалист по информацион-ным ресурсам.
Создание концепции, планирование реализации индивидуального и (или)	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный	ПК-4. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с применением	ИПК-4.1 Владеет инструментарием новых медиа. ИПК-4.2 Разрабатывает и	Анализ опыта.

коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью в международной деловой и/или социокультурной средах	продукт, передаваемый новыми медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	цифровых и сетевых технологий и коммуникаций	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.	
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 медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	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 имеющегося мирового и отечественного опыта	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 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.	Анализ опыта.
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательская деятельность				
Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый	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	Анализ опыта

самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик	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		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.	
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 учебнометодических 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 процентов 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 ВО обеспечивает возможность обучающимся освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем ОПОП ВО.

МГИМО МИД России предоставляет инвалидам и лицам с ОВЗ (по их заявлению) возможность обучения по ОПОП ВО, 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 ВО (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 обучающиеся, 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].

[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.

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 обязательной (основной и дополнительной) учебной литературы по дисциплинам ОПОП, изданными за последние 10 лет, из расчета более 0,25 экземпляра каждого издания, указанного в рабочих программах дисциплин (модулей) на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику. Требования к сроку издания не применяются к дополнительной научной литературе по дисциплинам (модулям), направленным на формирование универсальных и общепрофессиональных компетенций. В качестве основной литературы допускается также использование монографий и других видов научной литературы со сроком издания не более десяти лет до момента начала обучения по дисциплине (модулю), за исключением дисциплин (модулей), направленных на формирование универсальных компетенций.

Фонд библиотеки МГИМО МИД России в цифрах:

Печатные издания		
1.	Объем библиотечного фонда. Всего (экз.)	748 124
2.	из него литература:	
3.	учебная	441 019
4.	художественная	23 719
5.	научная	283 386

Для обеспечения учебного процесса библиотекой оформлена печатная подписка на 175 названий отечественной и зарубежной периодики и 20 единичных

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).

электронных зарубежных периодических изданий на 16 языках.

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 установлена справочно-правовая система «Консультант Плюс» и Национальная электронная библиотека (НЭБ), в читальном зале справочно-библиографического отдела на всех компьютерах установлена справочно-правовая система «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 413 441 библиографических записи, все они представлены в Интернет. На платформе МАРК-SQL размещены 8633 выпускные квалификационные работы.

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 «НИЦ ИНФРА-М» http://znanium.ru/	Доступ к базовой коллекции и книгам издательств-партнеров. Содержит книги, журналы, статьи из различных изданий (более 53 тыс.) Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2019**:** «Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности».	Более 500 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 книгам издательств-партнеров. Ресурс содержит учебники, учебные пособия, монографии, периодические издания, справочники, словари, энциклопедии, видео- и аудиоматериалы, художественную литературу. (более 141 тыс. документов, из них около 130 тысяч - книги). Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2019**:**	Около 260 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью

		«Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности». 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 также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.	
3.	Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/	Полный доступ ко всем учебным изданиям ВПО и научной литературе. Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2019**:** «Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности».	Более 1400 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью
4.	ЭБС BOOK.RU «КноРус медиа» https://www.book.ru/	Базовая коллекция содержит более 23 тыс. учебников и монографий. Сайт ЭБС соответствует ГОСТ 52872-2019**:** «Интернет-ресурсы и другая информация, представленная в электронно-цифровой форме. Приложения для стационарных и мобильных устройств, иные пользовательские интерфейсы. Требования доступности для людей с инвалидностью и других лиц с ограничениями жизнедеятельности».	более 400 книг для специалистов в области рекламы и связей с общественностью
5.	Cambridge University Press https://www.cambridge.org/core	Коллекция журналов по гуманитарным и социальным наукам (Humanities & Social Sciences) *архивные номера по 2022 включительно*	Более 128 тысяч статей из авторитетных рецензируемых журналов для специалистов в области рекламы и СО
6.	SAGE Premier SAGE Publishing http://journals.sagepub.com/	Более тысячи журнала издательства по различным отраслям знаний с архивами	Более 255 тысяч статей о рекламе и СО
7.	Полнотекстовая коллекция книг SAGE eBook Collection https://sk.sagepub.com/books/discipline	Более 4700 монографий и справочников издательства SAGE Publishing по различным областям знаний. Глубина доступа: 1984-2021 гг.	Более 600 книг для специалистов в области рекламы и СО.
8.	WILEY https://onlinelibrary.wiley.com/	1,5 тысячи журналов издательства с архивами	Более 1900 статей о рекламе и СО
9.	Национальная электронная библиотека (по условиям договора установлено на 60	Более 4 миллионов электронных копий книг, учебной и периодической литературы, диссертаций и авторефератов, монографий, патентов, нот, изобразительных и картографических изданий. Общее количество	НЭБ содержит, в том числе, более 1600 диссертаций и 650 авторефератов, посвященных рекламе и СО

	компьютерах читальных залов) https://rusneb.ru/	электронных документов в фондах НЭБ – более 5 миллионов. В общественном достоянии – более 4 млн.	
10.	Springer Nature https://link.springer.com/	Полнотекстовая коллекция Springer Journals с 2018 по н/вр. Полнотекстовая коллекция Springer Journals Archive 1832 - 1996 гг. Полнотекстовая коллекция книг Springer eBook Collections (2005-2010 гг.; 2018-2024 гг.).	В том числе более 1800 монографий, более 15,6 тысяч журнальных статей

Профессиональные ресурсы открытого доступа

№ п/п	Наименование	Характеристики ресурса
1.	Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU» https://www.elibrary.ru/	Крупнейший российский информационно-аналитический портал, содержащий рефераты и полные тексты более 38 млн. публикаций, в том числе электронные версии более 5600 российских научно-технических журналов, из которых более 4800 журналов в открытом доступе.
2.	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»https://cyberleninka.ru/	Электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science). Содержит статьи из более чем 3,3 тысяч журналов.
3.	Sostav https://www.sostav.ru/	Независимый проект брендингового агентства Depot – ведущее СМИ о рекламе, маркетинге и PR в России. Ежедневно предоставляет своим читателям самую актуальную информацию о рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.
4.	https://www.akarussia.ru/	Ассоциация Коммуникационных Агентств России
5.	https://raso.ru/	Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО)

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) и подлежит обновлению.

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 ВО 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 ВО 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 ВО 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 ВО 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 подготовки обучающихся по ОПОП ВО 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.

---

[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).

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

Масумова Н.Р. – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Рекламы и связей с общественностью МГИМО МИД России

Леонова Т.Г. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры Рекламы 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		
1.	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)
2.	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 (менеджмент) информационными ресурсами	6	Контроль за наполнением сайта	C/01.6	6
				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.
Генеральный директор ООО «Агентство Маслов», действительный член Российской академии общественных связей (РАОС), кандидат политических наук		**Маслов М.А.**
Декан факультета Международной журналистики		**Скворцов Я.Л.**
Руководитель магистерской программы		**Зиновьева Е.С.**
Председатель Студенческого союза МГИМО МИД России		**Херианова Д.Р.**