



## **Описание образовательной программы.**

### **Общая характеристика ОП ВО**

#### **1.1. Цель (миссия) ОП ВО.**

Данное направление предназначено для выпускников российских и зарубежных ВУЗов, имеющих дипломы бакалавра или специалиста, обучающихся ранее по направлению «Реклама и связи с общественностью» или другим гуманитарным специальностям.

Магистерская программа направлена на формирование профессиональных компетенций, которые не только соответствуют требованиям, но и учитывают тенденции развития современного рынка коммуникационных услуг. Обладая обширными международными связями, уровнем подготовки и квалификации ППС кафедра предлагает магистрантам только новейшие методики и технологии в профессии.

#### **1.2. Основные сведения.**

Программа магистратуры реализуется на очном отделении филологического факультета по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» специализация «Управление бизнес-коммуникациями» и относится к консультативно-коммуникационному виду деятельности.

Профессиональные навыки и компетенции студент получает в процессе изучения теоретических и практических дисциплин.

В рамках образовательной программы студенты изучают полный комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, современное состояние рынка коммуникационных услуг в России и за рубежом, стратегии и технологии формирования нематериальных активов (лояльность, приверженность, имидж, репутация), антикризисное управление, коммуникации с ключевыми аудиториями, в частности с органами государственной власти, инвесторами, клиентами, журналистами и т.д. Дисциплины: «Теория и практика PR и рекламы», «Медиаменеджмент», «Политические коммуникации», «Брендменеджмент», «Социологические исследования» и т.д.

На выпускающей кафедре массовых коммуникаций работают 9 докторов наук и 23 кандидата наук. Практические дисциплины читают приглашенные специалисты, имеющие опыт работы в коммуникационных агентствах полного цикла, бизнес-структурах, некоммерческих организациях, органах государственной власти.

#### **1.3. Особенности реализации ОП ВО.**

Реализация программы ведется с использованием лекционных и семинарских занятий, компьютерных технологий, аудио-визуального оборудования, интернет технологий и телекоммуникационной учебно-информационной системы (ТУИС РУДН). Программа реализуется на русском языке. В программы включены научно-исследовательская и производственные практики, а также научно-исследовательская работа студента.

#### **1.4. Потребность рынка труда в выпускниках данной ОП ВО.**

Потенциальными работодателями являются представители сферы коммуникационных услуг, а также представители смежной сферы средств массовой информации. Выпускники РУДН востребованы на рынке труда и с легкостью устраиваются в ведущие российские и зарубежные СМИ.

#### **1.5. Требования к абитуриенту.**

Прием ведется на очное отделение по результатам вступительных испытаний. Для поступления на программу сдается междисциплинарный экзамен по направлению «Реклама и связи с общественностью» в письменной форме (2 вопроса) и/или адаптированный тест.

Для поступления на программу необходимо иметь:

Документ государственного образца о высшем образовании с соответствующим приложением к нему, подтверждающий квалификацию: бакалавра или специалиста.

Программа вступительного экзамена размещена на сайте РУДН, в ней указана основная и дополнительная литература, основные разделы программы для подготовки абитуриента, порядок проведения вступительного испытания.

## **1.6. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП:**

1.6.1 Область профессиональной деятельности выпускников программ магистратуры включает:

коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

1.6.2 Объект профессиональной деятельности:

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

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

1.6.3 Вид профессиональной деятельности, к которому готовятся выпускники программы магистратуры: - организационно-управленческий;  
- проектно-аналитический.

1.6.4 Задачи профессиональной деятельности:

- выполнение организационно-управленческих функций в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов;

- разработка концепций различного рода медиапроектов, перспективное планирование.

## **1.7. Требования к результатам освоения ОП ВО.**

В результате освоения магистерской специализации «Управление бизнес-коммуникациями» выпускником приобретаются следующие компетенции:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.

УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия.

УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.

УК-6. Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.

УК-7. Способен к использованию цифровых технологий и методов поиска, обработки, анализа, хранения и представления информации в области рекламы и связей с общественностью в условиях цифровой экономики и современной корпоративной информационной культуры.

Программа магистратуры должна устанавливать следующие общепрофессиональные компетенции:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

ОПК-8. Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.

Программа магистратуры должна устанавливать профессиональные компетенции:

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

ПК-2: Способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-3: Способен работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность.

ПК-4: Способен к выработке нестандартных решений.

ПК-5: Способен осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций.

ПК-6: Способен владеть методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран.

ПК-7: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью.

ПК-8: Способен руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

### **1.8. Матрица компетенций.**

		Универсальные компетенции					
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Блок 1	Обязательная часть						
	<b>Базовая компонента</b>						
	Иностранный язык				+		+
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+	+	+			+
	Современные технологии в рекламе и PR	+					+
	Управление агентством и связями с общественностью	+	+	+			+
	<b>Вариативная компонента</b>						
	Межкультурная коммуникация					+	+
	История и теория media						+
	Социальные проекты в media	+	+				+
	Внутрикорпоративные коммуникации	+	+	+			+
	Политические коммуникации	+	+	+			+
	Технологии графического дизайна						+
	Брендменеджмент		+				+
	Социологические исследования						+
	Медиаэкономика		+				+
	Психология управления	+		+	+	+	+
	Теория и практика PR и рекламы	+					+
	Медиаменеджмент	+	+	+			+
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						
	Media relations		+			+	+
	Деловое общение и этикет			+	+	+	+
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	+	+				+
	Сетевые media		+				+

	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+						+
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью							+
	Организация документа оборота							+
	Социология СМИ		+					+
	Организация работы пресс-							+
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен					+		+
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации						+	+
	Digital-коммуникации							
	Реклама, PR, имидж							
Блок 2	Обязательная часть							
	<b>Базовая компонента</b>							
	<b>Вариативная компонента</b>							
	Ознакомительная практика	+	+	+	+	+	+	+
	Научно-исследовательская работа (распределенная)	+	+	+	+	+	+	+
	Научно-исследовательская работа	+	+	+	+	+	+	+
	Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+	+

		Общепрофессиональные компетенции					
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		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	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	ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) продуктов	ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на продукты	ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны	ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
Блок 1	Обязательная часть						
	<b>Базовая компонента</b>						
	Иностранный язык	+					
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+				+	+

	Современные технологии в рекламе и PR	+					+
	Управление агентством и связями с общественностью				+	+	
	<b>Вариативная компонента</b>						
	Межкультурная коммуникация	+	+	+	+	+	
	История и теория media		+	+		+	
	Социальные проекты в media	+	+		+	+	
	Внутрикорпоративные коммуникации	+	+	+	+		
	Политические коммуникации	+	+	+	+	+	
	Технологии графического	+					+
	Брендменеджмент						
	Социологические исследования		+		+	+	
	Медиаэкономика				+	+	
	Психология управления		+		+	+	
	Теория и практика PR и	+					
	Медиаменеджмент	+	+		+	+	+
	Часть, формируемая участниками образовательных						
	Media relations		+		+		
	Деловое общение и этикет	+	+		+		
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	+			+		
	Сетевые media	+		+	+	+	
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+	+			+	
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	+			+	+	
	Организация документа						
	Социология СМИ				+	+	
	Организация работы пресс-	+	+				
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен	+			+	+	
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации						+
	Digital-коммуникации						
	Реклама, PR, имидж						
Блок 2	Обязательная часть						
	<b>Базовая компонента</b>						
	<b>Вариативная компонента</b>						
	Ознакомительная практика	+	+	+	+	+	+

Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)	+	+	+	+	+	+
Научно-исследовательская	+	+	+	+	+	+
Преддипломная практика	+	+	+	+	+	+

		Общепрофессиональные компетенции
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
Блок 1	Обязательная часть	
	<b>Базовая компонента</b>	
	Иностранный язык	
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+
	Современные технологии в рекламе и PR	
	Управление агентством и связями с общественностью	+
	<b>Вариативная компонента</b>	
	Межкультурная коммуникация	+
	История и теория media	
	Социальные проекты в media	+
	Внутрикорпоративные коммуникации	+
	Политические коммуникации	+
	Технологии графического дизайна	
	Брендменеджмент	+

	Социологические исследования	+
	Медиаэкономика	+
	Психология управления	+
	Теория и практика PR и рекламы	+
	Медиаменеджмент	+
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
	Media relations	+
	Деловое общение и этикет	+
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	
	Сетевые media	+
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
	Организация документа оборота	
	Социология СМИ	
	Организация работы пресс-службы	
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен	+
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	
	Digital-коммуникации	
	Реклама, PR, имидж	
Блок 2	Обязательная часть	
	<b>Базовая компонента</b>	
	<b>Вариативная компонента</b>	
	Ознакомительная практика	+
	Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)	+
	Научно-исследовательская практика	+
	Преддипломная практика	+

		Профессиональные компетенции					
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПК-1: Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК-2: Способен осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий	ПК-3: Способен работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность	ПК-4: Способен к выработке нестандартных решений	ПК-5: Способен осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций	ПК-6: Способен владеть методами делового общения в международной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран
Блок	Обязательная часть						
	<b>Базовая компонента</b>						
	Иностранный язык	+		+			+
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+	+	+	+	+	
	Современные технологии в рекламе и PR	+		+			
	Управление агентством и связями с общественностью	+	+	+	+	+	
	<b>Вариативная компонента</b>						
	Межкультурная коммуникация	+		+	+	+	+
	История и теория media	+		+			
	Социальные проекты в media	+	+	+		+	
	Внутрикорпоративные коммуникации	+		+		+	
	Политические коммуникации	+	+	+		+	
	Технологии графического	+		+			
	Брендменеджмент	+		+		+	
	Социологические исследования	+		+			
	Медиаэкономика	+		+			
	Психология управления	+		+	+		
	Теория и практика PR и	+		+			
	Медиаменеджмент	+	+	+	+		
	Часть, формируемая участниками образовательных						
	Media relations	+	+	+	+		
	Деловое общение и этикет	+	+	+			+
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	+	+	+		+	

	Сетевые media	+	+	+			
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+	+	+	+	+	
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	+	+	+	+	+	
	Организация документа	+		+			
	Социология СМИ	+		+			
	Организация работы пресс-	+	+	+		+	
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен	+	+	+			
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	+		+			
	Digital-коммуникации						
	Реклама, PR, имидж						
Блок	Обязательная часть						
	<b>Базовая компонента</b>						
	<b>Вариативная компонента</b>						
	Ознакомительная практика						
	Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)						
	Научно-исследовательская						
	Преддипломная практика						

		Профессиональные компетенции	
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ПК-7: Способен разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	ПК-8: Способен руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации
Блок 1	Обязательная часть		
	<b>Базовая компонента</b>		
	Иностранный язык		+

	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+	+
	Современные технологии в рекламе и PR		+
	Управление агентством и связями с общественностью	+	+
	<b>Вариативная компонента</b>		
	Межкультурная коммуникация	+	+
	История и теория media		+
	Социальные проекты в media	+	+
	Внутрикорпоративные коммуникации	+	+
	Политические коммуникации	+	+
	Технологии графического		+
	Брендменеджмент	+	+
	Социологические исследования		+
	Медиаэкономика	+	+
	Психология управления		+
	Теория и практика PR и		+
	Медиаменеджмент	+	+
	Часть, формируемая участниками образовательных		
	Media relations		+
	Деловое общение и этикет		+
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	+	+
	Сетевые media	+	+
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+	+
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	+	+
	Организация документа		+
	Социология СМИ		+
	Организация работы пресс-	+	+
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен		+
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации		+
	Digital-коммуникации		
	Реклама, PR, имидж		
Блок 2	Обязательная часть		
	<b>Базовая компонента</b>		
	<b>Вариативная компонента</b>		

	Ознакомительная практика		
	Научно-исследовательская работа (рассредоточенная)		
	Научно-исследовательская		
	Преддипломная практика		