

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

Принято Ученым советом  
филологического факультета  
21 февраля 2017 г. протокол № 5

Утверждаю  
проректор по учебной работе от  
А.И.Ефремов  
2017 г.



**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

**Направление подготовки (специальность)**

42.04.01 Реклама и связи с общественностью,  
в соответствии с перечнем, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.09.2013г. № 1061.

Программа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН/ФГОС ВО,  
утвержденным приказом ректора от 20.02.2016 г. № 77.

Квалификация выпускника            Магистр

Направленность программы (профиль): Управление бизнес-коммуникациями

Нормативный срок освоения программы - 2 года

Форма обучения – очная

Сведения об особенностях реализации основной образовательной программы: нет

Руководитель программы:

(ФИО)

Р.А. Савастенко  
2017 г.

Согласовано:  
Председатель МССН/  
руководитель МО  
(ФИО)

В.В. Барабаш  
2017 г.

Согласовано:  
Декан факультета/  
директор института  
(ФИО)

В.В. Барабаш  
2017 г.

2017 г.

## **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 профессии.

### **1.2. Основные сведения.**

Программа магистратуры реализуется на очном и отделении филологического факультета по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» специализация «Управление бизнес-коммуникациями» относится к 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. Выпускающая кафедра: на кафедре массовых коммуникаций работают 7 докторов наук и 13 кандидатов наук. Практические дисциплины читают приглашенные специалисты, имеющие опыт работы в коммуникационных агентствах полного цикла, бизнес-структурах, некоммерческих организациях, органах государственной власти. Программа производственной практики реализуется на базе коммуникационных агентств и департаментов стратегических коммуникаций в российских и зарубежных бизнес структурах.

### **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 производственная и преддипломная практика, 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 дневное отделение (платные места) по результатам вступительных испытаний. Для поступления на программу сдается междисциплинарный экзамен по направлению «Реклама и Связи с общественностью» в письменной форме (2 вопроса).

Для поступления на программу необходимо иметь:

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

Программа вступительного экзамена размещена сайте РУДН, в ней указана учебная 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 Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники программ магистратуры:

##### - **коммуникационная.**

1.6.4. Выпускник программ магистратуры в соответствии с видом профессиональной деятельности, на который ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие **профессиональные задачи**:

##### **коммуникационная деятельность:**

руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;

создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;

организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью;

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

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

##### **общекультурные компетенции (ОК):**

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

готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

##### **общепрофессиональные компетенции (ОПК)**

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности, владеть иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения (ОПК-1);

способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-2);

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-3);

владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-4);

способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-5);

владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-6);

владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-7);

способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях

знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-8);

готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-9);

способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-10).

### Профессиональные компетенции (ПК),

#### коммуникационная деятельность:

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

## 1.8. Матрица компетенций.

		Общекультурные компетенции					
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ОК-1: способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу	ОК-2: готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения	ОК-3: готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	ОК-4: способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности	ОК-5: способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения	ОК-6: способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне
Блок 1	Базовая часть						
	Деловой иностранный язык					+	
	Современные технологии в рекламе и PR			+	+		
	<b>Модуль. Теория и практика управления в рекламе и PR</b>	+	+	+			+
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>	+		+			+
	<i>Медиаменеджмент</i>						
	<i>Управление агентством и СО</i>	+	+				
Блок 1	Вариативная часть						
	Межкультурная коммуникация						
	История и теория media	+					
	Социальные проекты в media	+	+		+		
	Внутрикорпоративные коммуникации						
	Политические коммуникации	+		+			
	Технологии графического дизайна						

	Брендменеджмент						
	Социологические исследования		+		+		
	Медиаэкономика						
	Психология управления			+			+
	Media Relations						
	Деловое общение и этикет						
	Организация работы агентства рекламы и СО						
	Сетевые media						
	Управление предприятием в инфокоммуникациях						
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО						
	Организация документооборота						
	Социология СМК						
	Реклама						
	Pr						
	Digital-коммуникации						
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации						
	Курсовая работа	+			+		
Блок 2	Вариативная часть						
	Научно-исследовательская работа студента	+			+		
	Производственная	+					
	Научно-исследовательская				+		
	Преддипломная				+		

		Общепрофессиональные компетенции							
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ОПК-1: способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта	ОПК-2: способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-3: владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках	ОПК-4: способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов	ОПК-5: владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках	ОПК-6: владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран	ОПК-7: способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности	ОПК-8: готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении
Блок 1	Базовая часть								
	Деловой иностранный язык			+	+	+	+		
	Современные технологии в рекламе и PR	+	+						
	<b>Модуль. Теория и практика управления в рекламе и PR</b>	+	+						
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>								
	<i>Медиаменеджмент</i>		+						
	<i>Управление агентством и СО</i>	+	+						
Блок 1	Вариативная часть								
	Межкультурная коммуникация					+	+		
	История и теория media							+	
	Социальные проекты в media								
	Внутрикорпоративные коммуникации					+	+	+	
	Политические коммуникации	+							
	Технологии графического дизайна		+					+	

	Брендменеджмент								+
	Социологические исследования							+	
	Медиаэкономика	+							
	Психология управления						+		
	Media Relations					+			
	Деловое общение и этикет					+	+		
	Организация работы агентства рекламы и СО	+	+						
	Сетевые media		+					+	
	Управление предприятием в инфокоммуникациях		+						
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО	+							
	Организация документооборота					+			
	Социология СМК							+	
	Реклама								
	Pr								
	Digital-коммуникации								
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации								
	Курсовая работа								
Блок 2	Вариативная часть								
	Научно-исследовательская работа студента							+	
	Производственная			+		+		+	
	Научно-исследовательская	+				+		+	
	Преддипломная		+						+

		Общепрофессиональные компетенции
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ОПК-9: способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности
Блок 1	Базовая часть	
	Деловой иностранный язык	
	Современные технологии в рекламе и PR	
	<b>Модуль. Теория и практика управления в рекламе и PR</b>	
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>	
	<i>Медиаменеджмент</i>	
	<i>Управление агентством и СО</i>	
Блок 1	Вариативная часть	
	Межкультурная коммуникация	
	История и теория media	
	Социальные проекты в media	

	Внутрикорпоративные коммуникации	
	Политические коммуникации	
	Технологии графического дизайна	
	Брендменеджмент	+
	Социологические исследования	
	Медиаэкономика	
	Психология управления	
	Media Relations	+
	Деловое общение и этикет	
	Организация работы агентства рекламы и СО	
	Сетевые media	
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО	+
	Организация документооборота	+
	Социология СМК	
	Реклама	
	Pr	
	Digital-коммуникации	
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	
	Курсовая работа	
Блок 2	Вариативная часть	
	Научно-исследовательская работа студента	+
	Производственная	
	Научно-исследовательская	
	Преддипломная	

		Профессиональные компетенции	
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПК-12: способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-13: способностью руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации
Блок 1	Базовая часть		
	Деловой иностранный язык		
	Современные технологии в рекламе и PR		
	<b>Модуль. Теория и практика управления в рекламе и PR</b>	+	+
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>		
	<i>Медиаменеджмент</i>	+	+
	<i>Управление агентством и СО</i>		
Блок 1	Вариативная часть		
	Межкультурная коммуникация		
	История и теория media		
	Социальные проекты в media	+	
	Внутрикорпоративные коммуникации	+	

	Политические коммуникации	+	
	Технологии графического дизайна		
	Брендменеджмент		+
	Социологические исследования		
	Медиаэкономика	+	
	Психология управления		
	Media Relations	+	
	Деловое общение и этикет		
	Организация работы агентства рекламы и СО		+
	Сетевые media	+	
	Управление предприятием в инфокоммуникациях		+
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО		+
	Организация документооборота		
	Социология СМК		
	Реклама		
	Pr		
	Digital-коммуникации		
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации		
	Курсовая работа		
Блок 2	Вариативная часть		
	Научно-исследовательская работа студента		
	Производственная	+	+
	Научно-исследовательская		
	Преддипломная	+	+