

Общая характеристика ОП ВО

1.1. Цель (миссия) ОП ВО.

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 кафедры предлагает магистрантам только новейшие методики и технологии в профессии.

1.2. Основные сведения.

Программа «Управление бизнес-коммуникациями» является программой высшего образования по уровню магистратуры.

Обучение по программе «Управление бизнес-коммуникациями» осуществляется на филологическом факультете РУДН по очной форме обучения с присвоением квалификации магистр.

Тип задачи профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры «Управление бизнес-коммуникациями»: организационно-управленческий; проектно-аналитический.

Срок получения образования по программе магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Управление бизнес-коммуникациями», включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 2 года по очной форме обучения.

Объем магистерской программы составляет 120 зачетных единиц (з.е.).

Основная образовательная программа по направлению подготовки магистров направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Управление бизнес-коммуникациями» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Профессиональные навыки и универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции студент получает в процессе изучения теоретических и практических дисциплин. Помимо штатных преподавателей часть дисциплин читают приглашенные специалисты-практики: представители ведущих СМИ, рекламных и PR-агентств, руководители структурных подразделений компаний.

1.3. Особенности реализации ОП ВО.

Реализация учебного плана магистерской программы осуществляется 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 программу включены научно-исследовательская, ознакомительная, преддипломная практики, а также научно-исследовательская работа магистра.

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 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 программы 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:

Данная программа ВО относится к следующим типам задач профессиональной деятельности:

- организационно-управленческий
- проектно-аналитический.

1.6.4 Задачи профессиональной деятельности:

Выпускник, освоивший программу магистратуры «Управление бизнес-коммуникациями» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», реализуемую на филологическом факультете РУДН, должен решать следующие профессиональные задачи:

- выполнение консультативно-коммуникативных функций в соответствии со стратегией развития связей с общественностью, медийных проектов;
- разработка концепций различного рода медиапроектов, перспективное планирование.

1.7. Требования к результатам освоения ОП ВО.

Результаты освоения магистерской программы «Управление бизнес-коммуникациями» определяются приобретенными выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» должен обладать следующими **универсальными компетенциями (УК):**

УК-1. Способен осуществлять поиск, 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 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: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Управление бизнес-коммуникациями» должен обладать следующими **общепрофессиональными компетенциями (ОПК):**

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) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.

ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, 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.

Выпускник магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Управление бизнес-коммуникациями», в соответствии видами деятельности, должен обладать следующими **профессиональными компетенциями (ПК):**

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.

Направление: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Образовательная программа: Управление бизнес-коммуникациями

Типы задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий; проектно-аналитический.

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Универсальные 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, выработать 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: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных
Блок 1	Базовая компонента	+	+	+	+		+	+
	Иностранный язык				+			
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+	+	+			+	+
	Современные технологии в рекламе и PR	+					+	
	Управление рекламным агентством и связями с общественностью		+	+				+
	Вариативная компонента	+	+	+		+	+	+
	История и теория media						+	
	Социологические исследования							+
	Медиаэкономика		+					+
	Теория и практика PR и рекламы	+					+	

	Социальные проекты в media						+	
	Медиаменеджмент			+			+	
	Внутрикорпоративные коммуникации		+				+	
	Политические коммуникации							
	Психология управления			+				
	Межкультурная коммуникация					+		
	Технологии графического дизайна						+	
	Бренд-менеджмент		+				+	
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Организация работы пресс-службы						+	
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен				+		+	
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+					+	
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью						+	
	Взаимодействие со СМИ		+			+	+	
	Деловое общение и этикет							
	Организация документооборота						+	
	Социология СМИ		+				+	
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	+	+				+	
	Сетевые media		+				+	+
Блок 2	Практика							
	Ознакомительная практика			+		+	+	
	Научно-исследовательская работа							+
	Преддипломная практика	+		+		+	+	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		Общепрофессиональные компетенции							
		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) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс информационно-коммуникационные средства и информационные технологии		
Блок 1	Базовая компонента								
	Иностранный язык	+							
	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	+							
	Современные технологии в рекламе и PR	+							
	Управление рекламным агентством и связями с общественностью								
	Вариативная компонента								
	История и теория media		+	+					
	Социологические исследования		+						
	Медиаэкономика								
	Теория и практика PR и рекламы								
	Социальные проекты в media		+						
	Медиаменеджмент		+						
	Внутрикорпоративные коммуникации				+				

	Политические коммуникации					+			
	Психология управления		+						
	Межкультурная коммуникация								
	Технологии графического дизайна	+					+		+
	Бренд-менеджмент							+	
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
	Организация работы пресс-службы								
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен								
	Управление предприятием в инфокоммуникациях								
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью								
	Взаимодействие со СМИ								
	Деловое общение и этикет								
	Организация документооборота								
	Социология СМИ								
	Организация работы агентства рекламы и связей с								
	Сетевые media								
Блок 2	Практика								
	Ознакомительная практика	+	+	+	+	+	+	+	
	Научно-исследовательская работа	+	+						
	Преддипломная практика	+		+	+	+	+	+	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+	+

	Политические коммуникации	+							
	Психология управления			+	+				
	Межкультурная коммуникация			+			+		
	Технологии графического дизайна								
	Бренд-менеджмент					+			
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	+	+	+	+	+	+	+	+
	Организация работы пресс-службы		+			+		+	
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен		+						
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	+	+		+	+		+	
	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	+	+		+	+		+	
	Взаимодействие со СМИ		+	+	+				
	Деловое общение и этикет						+		+
	Организация документооборота								
	Социология СМИ								
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью		+			+		+	
	Сетевые media	+	+					+	
Блок 2	Практика	+	+	+	+	+		+	
	Ознакомительная практика	+	+	+	+	+		+	
	Научно-исследовательская работа				+				
	Преддипломная практика	+	+	+	+	+		+	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+	+