

ФЕДЕРАЛЬНОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ
В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО УГСН
«СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННО -
БИБЛИОТЕЧНОЕ ДЕЛО»

Примерная основная образовательная программа

Направление подготовки (специальность)
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Уровень высшего образования
Магистратура

Зарегистрировано в государственном реестре примерных основных образовательных программ под номером _____

_____ ГОД

Содержание

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	4
1.1. Назначение примерной основной образовательной программы.....	4
1.2. Нормативные документы.....	4
1.3. Перечень сокращений.....	5
Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ.....	7
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников.....	7
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС.....	8
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников.....	8
Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ) 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».....	11
3.1. Направленности (профили) образовательных программ в рамках направления подготовки (специальности).....	11
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ.....	11
3.3. Объем программы.....	11
3.4. Формы обучения.....	11
3.5. Срок получения образования.....	12
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	13
4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.....	13
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	13

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	14
4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	18
4.2. Рекомендуемые профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	21
Раздел 5. ПРИМЕРНАЯ СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП.....	24
5.1. Рекомендуемый объем обязательной части образовательной программы.....	24
5.2. Рекомендуемые типы практики.....	25
5.3. Примерный учебный план и примерный календарный учебный график.....	27
5.4. Примерные рабочие программы дисциплин (модулей) и практик.....	33
5.5. Рекомендации по разработке фондов оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам.....	47
5.6. Рекомендации по разработке программы государственной итоговой аттестации.....	48
Раздел 6. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП.....	49
Раздел 7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ПООП.....	56
Приложение 1.....	57
Приложение 2.....	58

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение примерной основной образовательной программы

Назначение примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования магистратуры (далее – ПООП, примерная программа).

ПООП является комплексным методическим документом, рекомендованным организациям, осуществляющим образовательную деятельность по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования магистратуры, для разработки и реализации основных профессиональных образовательных программ на основе соответствующего ФГОС ВО (далее – ОПОП, образовательная программа) и с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников.

1.2. Нормативные документы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования Магистратура, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 528 (далее – ФГОС ВО);

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 года № 301 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383;

1.3. Перечень сокращений

- з.е. – зачетная единица
- ОПОП – основная профессиональная образовательная программа
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- Организация - организация, осуществляющая образовательную деятельность по программе магистратуры по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
- ПК – профессиональные компетенции
- ПООП – примерная основная образовательная программа
- ПС – профессиональный стандарт
- УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей

- УК – универсальные компетенции
- ФЗ – Федеральный закон
- ФГОС ВО – федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, 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)

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- производственно-технологический
- организационно-управленческий
- проектно-аналитический
- педагогический
- научно-исследовательский
- авторский

Перечень основных объектов (или областей знания) 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

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС

Перечень профессиональных стандартов (при наличии), соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки, приведен в Приложении 1. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки (специальности) 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 профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности(или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	производственно - технологический	Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	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
	организационно - управленческий	Организация работы и руководство	текст рекламы и связей с общественностью и

		предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью	(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
	педагогический	Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	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
	педагогический	Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования	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

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ (СПЕЦИАЛЬНОСТИ) 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

3.1. Направленности (профили) образовательных программ в рамках направления подготовки (специальности)

При разработке программы магистратуры Организация устанавливает направленность (профиль) программы магистратуры, которая конкретизирует содержание программы магистратуры в рамках направления подготовки путем ориентации ее на: область (области) профессиональной деятельности и (или) сферу (сферы) профессиональной деятельности выпускников; тип (типы) задач и задачи профессиональной деятельности выпускников; при необходимости - на объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания.

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательных программ

– Магистр

3.3. Объем программы

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

3.4. Формы обучения

Очная, Очно-заочная, Заочная

3.5. Срок получения образования

при очной форме обучения 2 года

при очно-заочной форме обучения от 2 лет 3 месяцев до 2 лет 6 месяцев

при заочной форме обучения от 2 лет 3 месяцев до 2 лет 6 месяцев

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию 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	
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее	

	совершенствования на основе самооценки	
--	--	--

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	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-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	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-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	ОПК-3.1. Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса ОПК-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	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных	ОПК-5.1. Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и

	<p>систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-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</p>
Технологии	<p>ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные</p>

		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	<p>ОПК-7.1. Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности</p> <p>ОПК-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</p>

4.1.3. Обязательные 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-управленческий				
<p>Организация работы и руководство предприятием (подразделением) в современной индустрии рекламы и связей с общественностью</p>	<p>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</p>	<p>ПКО-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПКО-1.1. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства</p> <p>ПКО-1.2. Организовывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>06.013 Специалист по информационным ресурсам</p> <p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p>

			<p>ПКО-1.3. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКО-1.4. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	
Тип задач профессиональной деятельности: 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	ПКО-2. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	<p>ПКО-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>ПКО-2.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает</p>	06.013 Специалист по информационным ресурсам

			проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью.	
Тип задач профессиональной деятельности: 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	ПКО-3. 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	<p>ПКО-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПКО-3.2. Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач</p> <p>ПКО-3.3. Формулирует целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны</p> <p>ПКО-3.4. Интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии</p>	06.013 Специалист по информационным ресурсам

4.2. Рекомендуемые 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: производственно-технологический				
Системное выстраивание производственного процесса выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных технологий	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-1. Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	<p>ПК-1.1. Использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями).</p> <p>ПК-1.2. Разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями</p> <p>ПК-1.3. Разрабатывает и применяет современные</p>	<p>06.013 Специалист по информационным ресурсам</p> <p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p>

			<p>инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации</p> <p>ПК-1.4. Использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	
Тип задач профессиональной деятельности: педагогический				
<p>Участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования</p>	<p>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</p>	<p>ПК-2. Способен принимать участие в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования</p>	<p>ПК-2.1. Осуществляет мониторинг и отбор актуальной учебной и учебно-методической литературы по направлению подготовки на уровнях ВО, СПО, ДПО</p> <p>ПК-2.2. Ассистирует при разработке учебно-методических материалов дисциплин и практик</p> <p>ПК-2.3. Участвует в процессе преподавания и проведении аттестации</p>	

Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский

<p>Проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методик</p>	<p>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</p>	<p>ПК-3. Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-3.1. Формулирует концепцию научного исследования</p> <p>ПК-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>ПК-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	
--	---	---	---	--

Раздел 5. ПРИМЕРНАЯ СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП

5.1. Рекомендуемый объем обязательной части образовательной программы

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану.

Объем программы магистратуры, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы магистратуры с использованием сетевой формы, реализации программы магистратуры по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

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	6-9
Объем программы магистратуры		120

5.2. Рекомендуемые типы практики

В Блок 2 «Практика» входит производственная практика.

Типы производственной практики:

- научно-исследовательская практика
- научно-исследовательская работа
- педагогическая практика
- преддипломная практика
- профессионально-творческая практика

5.3. Примерный учебный план и примерный календарный учебный график

Пояснительная записка

Структура Блока 1 Дисциплины (модули) может включать **обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений**. Образовательные организации вправе устанавливать **собственное** соотношение трудоемкости обеих частей. Чтобы сохранить **преемственность** структуры программы рекомендуется 40-50 % от общей трудоемкости выделять на обязательную часть и, соответственно, 50-60 % – на вариативную. В соответствии с ФГОС ВО объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, должен составлять не менее 20% общего объема программы магистратуры.

Обязательная часть Блока 1, как правило, состоит из дисциплин / модулей, направленных на реализацию универсальных (УК) и общепрофессиональных компетенций (ОПК), и не зависит от направленности / профиля ОПОП. **Часть, формируемая участниками образовательных отношений**, Блока 1 включает в себя дисциплины, формирующие профессиональные компетенции, устанавливаемые организацией и необходимые в основном для реализации общей или узкой направленности / профиля, соотнесенные с запросами медиаиндустрии.

В Блок 2 Практика входит производственная практика. По усмотрению образовательной организации производственная практика может быть как **стационарной**, так и **выездной**.

В Блок 3 ГИА входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе (ВКР / магистерской диссертации), подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, если организация включила государственный экзамен в состав ГИА.

Примерный учебный план
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
высшее образование - программы магистратуры

Индекс	Наименование	Формы промежуточной аттестации	Трудоемкость, з.е.	Примерное распределение по семестрам (триместрам)				Компетенции
				1-й	2-й	3-й	4-й	
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»		81					
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1		57					
Б1.Б.М1	Социально-гуманитарный модуль		12					УК-1. ОПК-4. УК-6. ОПК-5. УК-5. ОПК-3. ОПК-7.
Б1.Б.М1. Д1	Теории массовых коммуникаций	экзамен	3		✓			УК-1. ОПК-4.
Б1.Б.М1. Д2	Организация командной работы и лидерство	зачет	3	✓				УК-1. УК-6. ОПК-5.
Б1.Б.М1. Д3	Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью	зачет	3		✓			УК-5. ОПК-3.
Б1.Б.М1.	Современная медиаиндустрия	зачет	3	✓				ОПК-7.

Д4								ОПК-5.
Б1.Б.М2	Историко-филологический модуль		9					УК-4. ОПК-2. ОПК-1.
Б1.Б.Д1	История публичных коммуникаций	экзамен	3	✓				ОПК-2.
Б1.Б.Д2	Иностранный язык	зачет, экзамен	6	✓	✓			УК-4. ОПК-1.
Б1.Б.М3	Информационно-технологический модуль		3					ОПК-6.
Б1.Б.Д3	Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью	зачет	3		✓			ОПК-6. ПК-1.
Б1.Б.М4	Модуль общепрофессиональной подготовки		21					ОПК-1. ПКО-1. ПК-1. ПКО-3. ПКО-2.
Б1.Б.М4. Д1	Управление коммуникационным предприятием / отделом	зачет	3			✓		ОПК-1. ПКО-1.
Б1.Б.М4. Д2	Управление коммуникационными проектами	зачет	3			✓		ПК-1.
Б1.Б.М4. Д3	Разработка и продвижение контента	зачет	3			✓		ПКО-3. ПК-1.
Б1.Б.М4. Д4	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	зачет	3		✓			ПКО-2. ПКО-3.

Б1.Б.М4. Э1	Дисциплины по выбору студента		9					
Б1.В	<i>Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений</i>		24					
Б1.В.Д1	Психология и педагогика высшей школы	зачет	3			✓		ПК-2.
Б1.В.Д2	Дисциплина профиля магистерской программы	зачет, курсовая работа	3		✓	✓		ПКО-1. ПКО-3. ПК-1.
Б1.В.Д3	Дисциплина профиля магистерской программы	зачет, курсовая работа	3		✓	✓		ПКО-1. ПКО-3. ПК-1.
Б1.В.Э1	Модули/дисциплины по выбору студентов	зачет	15					
Б2	Блок 2 «Практика»		30					
Б2.Б	<i>Обязательная часть Блока 2</i>		24					
Б2.Б.П1	научно-исследовательская практика	курсовая работа, экзамен	6			✓	✓	ПК-1. ПК-3.
Б2.Б.П2	научно-исследовательская работа	курсовая работа	6				✓	ПК-1. ПК-3.
Б2.Б.П3	преддипломная практика	зачет с оценкой	12				✓	ПК-1. ПК-3.
Б2.В	<i>Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений</i>		6					
Б2.В.П1	педагогическая практика	зачет	3			✓		ПК-2.
Б2.В.П2	профессионально-творческая практика	зачет	3		✓			ПК-3.

								ПКО-3.
БЗ	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»		9					
БЗ.ГИА1	подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена		3				✓	
БЗ.ГИА2	подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы		6				✓	
	ВСЕГО		120					

Примерный календарный учебный график
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»
высшее образование - программы магистратуры

Месяцы	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август								
Недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
Курсы	I	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Э	Э	Э	К	К	НР	НР	НР	НР	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Э	Э	Э	П	П	П	П	П	К	К	К	К	К
	II	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Э	Э	Э	К	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	Б1	НР	НР	П	П	П	П	П	П	Э	Э	Д	Д	Д	Д	Д	К	К	К	К	К	К	К	К	К

Б1 – учебный процесс по Блоку 1 «Дисциплины (модули)»	Э – промежуточная аттестация К – каникулы Д – государственная итоговая аттестация У – учебная практика П – производственная практика НР- научно-исследовательская работа
Б2 – учебный процесс по Блоку 2 «Практика»	

Сводные данные по бюджету времени (в неделях)							
Курс	Б1	Б2	Э	К	Д	НР	Всего
I	29	6	6	7	0	4	52
II	24	6	5	10	5	2	52
ИТОГО	53	12	11	17	5	6	104

5.4. Примерные рабочие программы дисциплин (модулей) и практик

Индекс	Наименование и краткое содержание дисциплины (модулей) и практик	Компетенции	Объем, з.е.
Б1.Б.М 1	<p>Социально-гуманитарный модуль</p> <p>Обязательная часть Блока 1 направлена на формирование междисциплинарной научной базы, необходимой для формирования компетенций магистра по направлению подготовки «Реклама и связи общественностью». Это подразумевает наличие у выпускника знаний, умений и навыков, позволяющих в условиях современного этапа развития общества, медиа-исферы коммуникаций осуществлять свою профессиональную деятельность.</p> <p>Желательно сочетание лекционных, семинарских и дискуссионных форм проведения занятий.</p>	УК-1, ОПК-4, УК-6, ОПК-5, УК-5, ОПК-3, ОПК-7	12
Б1.Б.М 1.Д1	<p>Теории массовых коммуникаций</p> <p>Основная цель изучения дисциплины – обучение классическим и современным теориям массовой коммуникации в связи с практикой функционирования средств массовой коммуникации. Обучающийся должен получить знания о структуре информационно-коммуникативного пространства, факторах, влияющих на его динамику, теориях эффектов массовой коммуникации, теориях и практике взаимодействия СМК с публикой. Как самостоятельная тема должна быть рассмотрена возможность приложения теорий к практике функционирования массовых коммуникаций в Российской Федерации, а также региона обучения. В результате развивается способность обучающегося анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты. Обязательным методическим приемом при изучении дисциплины является анализ кейсов, позволяющий переходить от теоретического знания к способности осуществлять в профессиональной деятельности критический анализ проблемных ситуаций на основе</p>	УК-1, ОПК-4	3

	системного подхода, вырабатывать стратегию действий.		
Б1.Б.М 1.Д2	<p>Организация командной работы и лидерство</p> <p>Дисциплина «Организация командной работы и лидерство» входит в Обязательную часть Блока 1 учебного плана и направлена на формирование управленческих компетенций, необходимых для квалификации магистра «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Дисциплина дает представление о типологии лидерства и социально-психологических типах сотрудников. Дисциплина знакомит с методиками, позволяющими мотивировать персонал на эффективное выполнение общей цели, способствовать выработке коллективных решений, дает характеристику технологиям создания благоприятной социально-психологической атмосферы в коллективе.</p> <p>Цель дисциплины: освоить основы управления персоналом организации, принципы формирования команды и поддержания командного духа в коллективе.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать понимание основ стратегического планирования персонала организации; - развить способность критически оценивать конфликтные и проблемные рабочие ситуации; - объяснить принципы принятия управленческого решения, создания команды на основе общих ценностей, установок, мотиваций, сложившихся традиций; - обучить методам проведения самоанализа управленческих навыков при помощи тестирования, основам профессиональной и деловой этики при найме, адаптации, продвижении и высвобождении персонала, разработке траектории профессионального роста персонала. <p>Результаты освоения дисциплины/практические навыки:</p> <p>По завершению курса обучающийся демонстрирует способность критически анализировать ситуацию в</p>	УК-1, УК-6, ОПК-5	3

	<p>коллективе обосновывать принятие адекватного управленческого решения в стандартных и кризисных ситуациях.</p> <p>Дисциплина подразумевает проведение занятий в интерактивной форме, с использованием лекций-дискуссий и деловых игр.</p>		
Б1.Б.М 1.Д3	<p>Межкультурная коммуникация и международные связи с общественностью</p> <p>Цель дисциплины – формирование у обучающихся углубленных представлений о феномене межкультурной (кросскультурной) коммуникации в различных формах межкультурных связей от индивидуально-группового до межгосударственного уровня.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование знаний в области взаимодействия культур; - формирование умений и навыков учета факторов межкультурной коммуникации в процессах планирования и реализации международных коммуникационных проектов; - освоение лучших коммуникационных практик (проекты) в сфере международных коммуникаций; - анализ достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов. 	УК-5, ОПК-3	3
Б1.Б.М 1.Д4	<p>Современная медиаиндустрия</p> <p>В рамках учебной дисциплины рассматриваются ключевые понятия медиаиндустрии, структура современной медиасистемы на мировом, национальном и региональном уровнях, специфика медиарынка, экономические и управленческие аспекты медиаиндустрии, наиболее успешные современные медиапроекты.</p> <p>Основная цель курса - усвоение опыта реализации управленческих механизмов, формирование умений, позволяющих на комплексном корпоративном уровне осуществлять анализ процесса функционирования</p>	ОПК-7, ОПК-5	3

	<p>медиаструктур в современном мире, ознакомление с основными этапами, задачами и содержанием корпоративного управления в медиасфере.</p> <p>В результате обучения формируется представление о сущности корпоративного управления предприятиями коммуникационной сферы, а также о способах, методах и подходах к построению и организации процесса управления медиапредприятиями разных сфер деятельности и форм собственности.</p> <p>В процессе изучения дисциплины обучающийся должен развивать способность оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности, в связи с чем особое внимание должно быть уделено изучению нормативно-правовых основ построения системы корпоративных коммуникаций и управления медиапредприятием. Должны быть рассмотрены базовые характеристики элементов корпоративных коммуникаций и управления медиапредприятием, способы оценки эффективности организации и реализации комплексной системы корпоративного управления, а также планирование и прогнозирование внутрифирменных и рыночных изменений позиций медиабизнеса при внедрении и реализации системы корпоративного управления. Обучающийся, успешно освоивший учебную дисциплину, должен быть способен управлять медиапроектом на всех этапах его жизненного цикла.</p>		
Б1.Б.М 2	Историко-филологический модуль	УК-4, ОПК-2, ОПК-1	9
Б1.Б.Д1	<p>История публичных коммуникаций</p> <p>Цель дисциплины – формирование у обучающихся корпуса знаний, посвященных зарождению и развитию публичных коммуникаций, становлению и трансформации публичной сферы в качестве определяющего фактора возникновения профессиональных практик управления стратегическими и прикладными коммуникациями. Изучение публичных коммуникаций в различные исторические периоды с учетом сопутствующего контекста помогает выработать системное понимание таких базовых в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью концептов, как «общественность», «публичный дискурс», «публичное пространство» и т.д.</p> <p>Задачи дисциплины:</p>	ОПК-2	3

	<p>- сформировать у обучающихся основы представлений о ключевых исторических периодах развития публичных коммуникаций публичного дискурса;</p> <p>- сформировать базовые навыки выявления причинно-следственных связей между изменением социального контекста и трансформацией публичного дискурса;</p> <p>- обеспечить базовое понимание основных тенденций развития и усложнения публичной сферы и практик управления публичными коммуникациями.</p> <p>Освоение дисциплины способствует развитию аналитических навыков, позволяющих выявлять и осмысливать причинно-следственные связи во взаимодействии общественных и государственных институтов, определять тенденции развития важнейших социальных акторов; формированию представлений о практиках и моделях управления публичными коммуникациями в контексте национальных и региональных различий; формированию умения анализировать процессы трансформации базовых элементов коммуникативных взаимодействий (источников, аудиторий, каналов).</p>		
Б1.Б.Д2	<p>Иностранный язык</p> <p>Целью дисциплины является достижение обучающимися языковой компетенции, достаточной для практического использования иностранного языка, что предполагает: 1) свободное чтение специальной научной, публицистической и художественной литературы при минимальном использовании словаря; 2) извлечение основной информации из текста, прочитанного без словаря, и изложение ее на английском языке в виде пересказа, резюме или аннотации (устно), а также в виде реферата (письменно); 3) владение навыками ведения беседы по темам специальности, а также по общенаучным и бытовым темам. Результатом обучения должно являться владение основным изучаемым иностранным языком в его литературной форме (уровень B2, C1 по общеевропейской шкале компетенций владения иностранным языком).</p>	УК-4, ОПК-1	6
Б1.Б.М3	Информационно-технологический модуль	ОПК-6	3
Б1.Б.Д3	Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-6, ПК-1	3

	<p>Цель дисциплины – формирование обучающихся углубленных знаний о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в индустрии связей общественностью и рекламы; формирование представлений об основных техниках и приемах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед коммуникантом, а также выработке прочных навыков использования этих технологий и приемов в профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать у обучающихся понимание профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью как специальности, опирающейся в своей деятельности преимущественно на современные компьютерные и телекоммуникационные технологии; - дать представление о современных исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; - сформировать умения и навыки создания корпоративных сайтов, сетевой рекламы, применения вирусных методик, краудсорсинга и других телекоммуникационных технологий, используемых в рекламе и связях с общественностью 		
Б1.Б.М 4	Модуль общепрофессиональной подготовки	ОПК-1, ПКО-1, ПК-1, ПКО-3, ПКО-2	21
Б1.Б.М 4.Д1	<p>Управление коммуникационным предприятием / отделом</p> <p>Дисциплина направлена на формирование у обучающихся корпуса знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять эффективный менеджмент коммуникационного предприятия / подразделения – отдела по рекламе, связям с общественностью; рекламного, PR, коммуникационного агентства.</p> <p>Цель дисциплины – подготовить обучающегося к эффективному управлению коммуникационным (рекламным,</p>	ОПК-1, ПКО-1	3

	<p>PR)предприятием/ подразделением в условиях роста конкуренции и усложнениякоммуникационного рынка.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать знания и уменияанализа структуры современного коммуникационного рынка. - сформировать знания, умения инавыки управления основными бизнес-процессами коммуникационногопредприятия / подразделения. <p>В изучении дисциплины вниманиеуделяется формированию лояльности клиентов, обеспечению постоянства качества, долгосрочномустратегическому партнерству и концепции маркетинга отношений на предприятияхкоммуникационной отрасли.</p> <p>Обучающийся должен научитьсяиспользовать современные управленческие технологии для повышения эффективностидеятельности коммуникационного предприятия и достижению стратегических целей нарынке рекламы и связей с общественностью, овладеть навыками латеральногобизнес-мышления для достижения коммерческого успеха предприятия, освоитьтехнологии привлечения и удержания заказчиков.</p>		
<p>Б1.Б.М 4.Д2</p>	<p>Управление коммуникационными проектами</p> <p>Цель дисциплины – изучениепроектно-технологических процедур при создании и реализации проектов в областибизнес- и политических коммуникаций. Дисциплина обеспечивает формирование технологическихнавыков подготовки обучающихся в сфере коммуникаций, стимулирует развитие креативныхспособностей, умение творчески применять коммуникативные средства и методы исамостоятельно решать аналитические и практические задачи.</p> <p>Задачи дисциплины: формированиезнаний, умений и навыков, позволяющих проводить самостоятельный анализ сложныхпроблем коммуникативного взаимодействия как с бизнес-структурами, так и сорганами государственной власти; понимание алгоритма и методики созданиякоммуникативных проектов и их продвижения в бизнесе и политике; овладение порезультатам мониторинга проектной деятельности навыками управления проектом; созданиесамостоятельного проекта и прогнозирование последствий его реализации.Реализация поставленных</p>	<p>ПК-1</p>	<p>3</p>

	<p>задач позволяет сформировать представление отехнологических особенностях коммуникаций бизнеса, власти и структургражданского общества в России, подготовить их к практическому осуществлениюуправленческих функций.</p> <p>В результате освоения дисциплины формируютсязнания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ сложныхпроблем коммуникативного производства в организации; создавать, оформлять иуспешно реализовывать проектные задания; прогнозировать возможные последствияэтой реализации и просчитывать эффективность осуществления бизнес- и политическихпроектов.</p>		
<p>Б1.Б.М 4.Д3</p>	<p>Разработка и продвижение контента</p> <p>Цель дисциплины – изучить общеподходы и освоить конкретные методы разработки и продвижения контента дляразных типов медиакоммуникационных задач и каналов. Обучающиеся получают знанияоб основных типах контента как медиапродукта, методах их подготовки,особенностях задач для разных типов контента, технологиях решения творческихзадач. Технологии решения творческих задач предполагают владение принципами созданиятекстового, аудиовизуального, мультимедийного продукта, игр, сервисов иприложений.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знакомство с российскими изарубежными кейсами в виде анализа лучших практик; - получение представления оттехнологиях работы с медиакоммуникационными задачами. Освоение дисциплиныбазируется на сформированных знаниях о медиасистеме, медиапроизводстве и медиарынке; - формирование творческого отношения к разнымтипам задач по продвижению контента; - приобретение навыковпланирования технологических этапов и принципов измерения эффективности результата. <p>В результате освоения дисциплиныобучающийся способен планировать, организовывать и координировать процесссоздания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)медиапродуктов, с учетом</p>	<p>ПКО-3, ПК-1</p>	<p>3</p>

	особенностей аудитории и производственных задач.		
Б1.Б.М 4.Д4	<p>Разработка и реализация коммуникационной стратегии</p> <p>Цель дисциплины - освоение обучающимися базовых понятий стратегических коммуникаций и стратегического планирования. Цель достигается за счет реализации обучения в междисциплинарном контексте (привлекается проблематика стратегического планирования и управления, коммуникативистики, теории организации, менеджмента, маркетинга, социологии, психологии, экономики).</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение теоретических основ стратегического планирования, его особенностей в рекламе и связях с общественностью; - определение места и роли разработки и реализации коммуникационной стратегии в системе функционирования организации; - овладение базовыми навыками разработки и реализации коммуникационной стратегии организации. <p>Обучающиеся учатся формулировать стратегические миссии компаний, работающих в различных сферах, учатся анализировать онлайн и оффлайн коммуникации компаний, проводить конкурентный анализ, SWOT, STEPLE-анализ и использовать полученные выводы в разработке коммуникационной стратегии организации.</p>	ПКО-2, ПКО-3	3
Б1.В.Д 1	<p>Психология и педагогика высшей школы</p> <p>Цель освоения дисциплины – формирование у обучающихся знаний теоретических основ, педагогической деятельности преподавателя высшей школы, знаний и навыков, обеспечивающих возможность участия в преподавании и разработке учебно-методических материалов дисциплин, соответствующих данному направлению подготовки на разных уровнях образования.</p> <p>Задачи дисциплины.</p>	ПК-2	3

	<ul style="list-style-type: none"> · Содействие формированию профессионально-педагогического мышления обучающихся. · Формирование представлений об истории и современном состоянии высшего образования в России; · Ознакомление с основными подходами к определению конечных и промежуточных целей высшего образования, методами их достижения и средствами для обеспечения педагогического контроля за эффективностью учебно-воспитательной работы и достижением поставленных целей. · Содействие глубокому усвоению норм профессиональной этики педагога, пониманию его ответственности перед обучающимися. <p>В результате освоения дисциплины обучающиеся формируют педагогические компетенции, опирающиеся на знание современных подходов к обучению и воспитанию в высшей школе. К числу практических компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины, относится умение разрабатывать учебно-методические материалы дисциплин и использовать в учебном процессе знание фундаментальных основ, современных достижений, проблем и тенденций развития рекламы и связей с общественностью.</p>		
Б1.В.Д 2	<p>Дисциплина профиля магистерской программы</p> <p>Дисциплины (модули), формируемые участниками образовательных отношений, направлены на вариативную подготовку обучающихся. В рамках данной части рекомендуется вводить элективные дисциплины, нацеленные на изучение отдельных сложных аспектов профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, а также группы дисциплин направленности (профиля) – магистерские программы – для реализации самостоятельно выбранных Организацией профессиональных компетенций. При выделении профилей Организация соотносит их с запросами индустрии рекламы и связей с общественностью и может ориентироваться на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • конкретную сферу профессиональной деятельности (возможные наименования профилей «Реклама и связи с общественностью в коммерческой и производственной сфере», «Реклама и связи с общественностью в политике и государственном управлении», «Реклама и связи с общественностью в социально-культурной сфере» и др.); 	ПКО-1, ПКО-3, 3 ПК-1	3

	<ul style="list-style-type: none"> смежные или многопрофильные виды профессиональной деятельности (возможные наименования профилей «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике», «Коммуникационный консалтинг», «Менеджмент коммуникационного агентства» и др.) отраслевую специализацию (возможные наименования профилей «Реклама и связи общественностью в топливно-энергетическом комплексе», «Реклама и связи общественностью в транспортном комплексе», «Реклама и связи общественностью в финансово-банковском секторе» и др.). <p>Организация вправе устанавливать и другие направления (профили) образовательной программы, если это соответствует запросам индустрии рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Желательно сочетание лекционных, семинарских, дискуссионных и проектных форм проведения занятий.</p>		
Б1.В.Д 3	Дисциплина профиля магистерской программы	ПКО-1, ПКО-3, ПК-1	3
Б2.Б.П 1	<p>научно-исследовательская практика</p> <p>Цель научно-исследовательской практики – формирование и развитие практических компетенций проведения исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, освоение современных методов сбора и анализа эмпирической информации, освоение навыков работы в исследовательских коллективах по подготовке коммуникационных проектов.</p> <p>В рамках научно-исследовательской практики Организация вправе самостоятельно установить профессиональные компетенции.</p> <p>Обучающиеся принимают участие в работе над конкретным исследовательским проектом или исследовательской частью комплексного коммуникационного проекта. Научно-исследовательская практика может носить как индивидуальный, так и коллективный характер, проводиться на базе образовательной Организации, либо в иных организациях, деятельность которых связана с исследованиями или практическими разработками в сфере рекламы и связей с общественностью. Содержание и характер научно-исследовательской практики</p>	ПК-1, ПК-3	6

	<p>определяется Организацией в зависимости от направленности (профиля) Образовательной программы и (или) темы ВКР.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля: отчет, отзыв руководителя.</p> <p>Конкретные результаты деятельности, полученные в ходе прохождения практики, могут лечь в основу НИР и (или) ВКР.</p>		
Б2.Б.П 2	<p>научно-исследовательская работа</p> <p>Научно-исследовательская работа направлена на формирование обучающихся расширенных представлений о концептуальном содержании и организации современных коммуникационных исследований. Это подразумевает наличие у выпускника специальных умений и навыков, основанных на приобретенных в процессе обучения знаниях в области теории и методологии науки, а также особенностей академического изучения сферы рекламы и связей с общественностью, позволяющих вести самостоятельную научную деятельность. В рамках научно-исследовательской работы обучающиеся принимают участие в работе над конкретным исследовательским проектом и решают поставленные его руководителем задачи, применяя предложенную им методику и инструментарий. Научно-исследовательская работа может носить как индивидуальный, так и коллективный характер, проводиться на базе образовательной Организации, либо в иных организациях, деятельность которых связана с исследованиями в сфере рекламы и связей с общественностью. Время и характер проведения научно-исследовательской работы определяется Организацией в зависимости от направленности (профиля) Образовательной программы и (или) темы ВКР.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля по результатам прохождения научно-исследовательской работы: отчет студента о НИР с отзывом руководителя, собственные научные публикации студента.</p>	ПК-1, ПК-3	6
Б2.Б.П 3	<p>преддипломная практика</p> <p>Преддипломная практика нацелена на подготовку выпускной квалификационной работы, являющейся обязательной частью ГИА. В рамках преддипломной практики Организация вправе самостоятельно установить помимо одной универсальной компетенции (УК-1) любой дополнительный перечень универсальных,</p>	ПК-1, ПК-3	12

	<p>общефессиональных и профессиональных компетенций.</p> <p>Во время преддипломной практики студенты осуществляют или завершают полевой этап работы над ВКР, анализируют собранные сведения и интерпретируют полученные результаты. Характер материала зависит от типа и темы ВКР, который определяется направленностью (профилем) образовательной программы. Преддипломная практика проводится в последнем семестре обучения на базе Организации, либо в иных Организациях, деятельность которых связана с подготовкой ВКР.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля по результатам прохождения преддипломной практики: отчет студента о практике с отзывом научного руководителя ВКР.</p>		
Б2.В.П 1	<p>педагогическая практика</p> <p>Педагогическая практика направлена на формирование у студента первичных представлений об особенностях преподавательской деятельности в области рекламы и связей с общественностью. Это подразумевает наличие выпускника базовых знаний, умений и навыков, позволяющих принимать участие в подготовке и проведении учебных занятий, а также проверке результатов обучения. В рамках педагогической практики студенты решают поставленные руководителем задачи ассистирующего типа, связанные с разными видами учебной и учебно-методической работы.</p> <p>Педагогическая практика может проводиться на базе Организации, либо в иных организациях, деятельность которых связана со сферой образования.</p> <p>Время и характер проведения педагогической практики определяется Организацией в зависимости от направленности (профиля) образовательной программы.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля по результатам прохождения педагогической практики: отчет студента о практике с отзывом руководителя.</p>	ПК-2	3
Б2.В.П 2	<p>профессионально-творческая практика</p>	ПК-3, ПК-3	3

<p>Профессионально-творческая практика направлена на формирование у обучающихся углубленных представлений о конкретных творческих и(или) управленческих аспектах функционирования современных предприятий и подразделений индустрии рекламы и связей с общественностью, получение соответствующего специального опыта работы в профессиональном коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.</p> <p>Это подразумевает развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения. В рамках профессионально-творческой практики Организация вправе самостоятельно установить профессиональные компетенции.</p> <p>Целесообразно в ходе профессионально-творческой практики направлять студентов в коммуникационные подразделения компаний, рекламные и PR-агентства, а также в смежные организации коммуникационной сферы.</p> <p>В качестве целей профессионально-творческой практики Организация может выбрать освоение ряда трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах.</p> <p>Место для прохождения студентами практики выбирается Организацией самостоятельно и зависит от направленности (профиля) Образовательной программы.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет студента, отзыв работодателя о практике студента. Форма промежуточной аттестации, периодичность и порядок ее проведения выбирается организацией.</p> <p>Конкретные результаты деятельности, полученные в ходе прохождения практики, могут лечь в основу НИР и (или) ВКР.</p>		
---	--	--

5.5. Рекомендации по разработке фондов оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам

К планируемым результатам освоения ОПОП в обязательном порядке относятся универсальные и общепрофессиональные компетенции, а также обязательные профессиональные компетенции (ПКО-1, ПКО-2, ПКО-3), соотнесенные с соответствующими типами задач профессиональной деятельности.

Организация вправе выбирать для освоения профессиональные компетенции из предложенного данной ПООП перечня или предлагать для освоения другие профессиональные компетенции, соотнесенные с направленностью (профилем) программы.

При формировании фонда оценочных средств для каждой компетенции принимаются во внимание индикаторы освоения (см. пункты 4.1.1., 4.1.2, 4.1.3., 4.2. ПООП), а также дисциплины (модули) и практики, с помощью которых она сформирована. Допускается полное или частичное формирование компетенций отдельными дисциплинами (модулями) и практиками или комплексно всей программой.

Организация может оценивать освоение студентом образовательной программы на уровне:

а) предлагаемых индикаторов освоения компетенций (см. пункты 4.1.1., 4.1.2, 4.1.3., 4.2. ПООП)

б) результатов обучения по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, выраженных в сформированных знаниях, умениях и навыках.

Фонд оценочных средств включает в себя материалы для текущих, промежуточных и итоговых аттестаций, которые могут проводиться как в

устной, так и в письменной форме, в том числе с применением интерактивных и онлайн технологий. Аттестационные задания могут носить как индивидуальный, так и типовой характер.

5.6. Рекомендации по разработке программы государственной итоговой аттестации

Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" направлен на оценку степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы, а именно сформированных универсальных, общепрофессиональных, обязательных профессиональных и самостоятельно выбранных Организацией профессиональных компетенций.

Основными формами государственной итоговой аттестации являются подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена (если Организация включила государственный экзамен в ГИА), подготовка к процедуре защиты и защита ВКР. Комбинацию форм и порядок проведения Государственной итоговой аттестации Организация определяет самостоятельно.

Состав государственного экзамена, тип ВКР, Организация определяет самостоятельно.

В состав Государственной экзаменационной комиссии должны входить заказчики кадров (работодатели, объединения работодателей и др.), представляющие рекламу и связи с общественностью как сферу профессиональной деятельности.

Раздел 6. ПРИМЕРНЫЕ УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП

6.1. Требования к условиям реализации программы магистратуры включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы магистратуры, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры.

6.2. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры.

6.2.1. Организация должна располагать на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы магистратуры 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 должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории Организации, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда Организации должна обеспечивать:
доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей),

практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик; формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы. В случае реализации программы магистратуры с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Организации должна дополнительно обеспечивать: фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратуры; проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации.

6.2.3. При реализации программы магистратуры в сетевой форме требования к реализации программы магистратуры должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы магистратуры в сетевой

форме.

6.2.4. Среднегодовое число публикаций научно-педагогических работников Организации за период реализации программы магистратуры в расчете на 100 научно-педагогических работников (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) должно составлять не менее двух в журналах, индексируемых в базах данных Web of Science или Scopus, или не менее 20 в журналах, индексируемых в Российском индексе научного цитирования.

6.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры.

6.3.1. Помещения должны представлять собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся должны быть оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Организации. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.3.2. Организация должна быть обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.3.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий,

указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.3.4. Обучающимся должен быть обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

6.4. Требования к кадровым условиям реализации программы магистратуры.

6.4.1. Реализация программы магистратуры обеспечивается педагогическими работниками Организации, а также лицами, привлекаемыми Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях.

6.4.2. Квалификация педагогических работников Организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.4.3. Не менее 75 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны вести научную, учебно-методическую и (или) практическую работу,

соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.4.4. Не менее 10 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны являться 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 Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), должны иметь 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 должно осуществляться научно-педагогическим работником Организации, 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 программы магистратуры.

6.5.1. Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры должно осуществляться 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.

6.6. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры.

6.6.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Организация принимает участие на добровольной основе.

6.6.2. В целях совершенствования программы магистратуры Организация при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Организации.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе магистратуры 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 программе магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

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

Раздел 7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ПООП

№ п.п.	ФИО	Должность
1	Пую Анатолий Степанович	Директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ, д.соц.н., проф.
2	Азарова Людмила Всеволодовна	Доцент кафедры связей с общественностью СПбГЭТУ, д.фил.н., доц
3	Ачкасова Вера Алексеевна	Зав. кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении СПбГУ, д.полит.н., проф.
4	Глинтерник Элеонора Михайловна	Зав. кафедрой рекламы СПбГУ, доктор искусствоведения, проф.
5	Кривоносов Алексей Дмитриевич	Зав. кафедрой коммуникационных технологий и связей с общественностью СПбГЭУ, д.филол.н., проф
6	Гавра Дмитрий Петрович	Зав. кафедрой связей с общественностью в бизнесе СПбГУ, д.социол.н., проф.

Приложение 1

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки (специальности) 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
01. Образование и наука		
1.	01.004	Профессиональный стандарт "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. N 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный N 38993)
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
2.	06.009	Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
3.	06.013	Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230)

Приложение 2

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ Магистратура по направлению подготовки (специальности) 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	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования	А	Преподавание по программам профессионального обучения, СПО и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации	6	Педагогический контроль и оценка освоения образовательной программы профессионального обучения, СПО и(или) ДПП в процессе промежуточной и итоговой аттестации	А/02.6	6.1
				Разработка программно-методического обеспечения учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей) программ профессионального обучения, СПО и(или) ДПП	А/03.6	6.2
	Ф	Организационно-методическое обеспечение реализации программ профессионального обучения, СПО и ДПП, ориентированных на	6	Организация и проведение изучения требований рынка труда и обучающихся к качеству СПО и(или) ДПО и(или) профессионального обучения	Ф/01.6	6.3

		соответствующий уровень квалификации		Мониторинг и оценка качества реализации преподавателями и мастерами производственного обучения программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практик	F/03.6	6.3
Н		Преподавание по программам бакалавриата и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации	7	Преподавание учебных курсов, дисциплин (модулей) или проведение отдельных видов учебных занятий по программам бакалавриата и(или) ДПП	H/01.6	6.2
				Организация научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной и иной деятельности обучающихся по программам бакалавриата и(или) ДПП под руководством	H/02.6	6.2

				специалиста более высокой квалификации		
				Разработка под руководством специалиста более высокой квалификации учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов, дисциплин (модулей) или отдельных видов учебных занятий программ бакалавриата и(или) ДПП	Н/04.7	7.1
I	Преподавание по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации	8	Профессиональная поддержка специалистов, участвующих в реализации курируемых учебных курсов, дисциплин (модулей), организации учебно-профессиональной, исследовательской	I/02.7	7.3	

				, проектной и иной деятельности обучающихся по программам ВО и(или) ДПП		
06.013 Специалист по информационным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	A/01.4	4
				Сканирование и обработка графической информации	A/02.4	4
				Ведение информационных баз данных	A/03.4	4
				Размещение информации на сайте	A/04.4	4
	В	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

				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	В/05.5	5
	С	Управление (менеджмент) информационным и ресурсами	6	Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
Анализ информационных потребностей посетителей сайта				С/05.6	6	
Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта				С/07.6	6	