

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Национальный исследовательский
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ: Ректор  « <u> </u> » _____ Э.В. 
Номер внутривузовской регистрации _____

**ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

по направлению подготовки
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
PR и реклама в системе новых медиа

Квалификация (степень):
Магистр

Форма обучения
Очная

Томск – 2017

СОДЕРЖАНИЕ

1. **Общие положения**
2. **Образовательный стандарт по направлению подготовки/специальности (ФГОС ВО) (Приложение 1)**
3. **Общая характеристика образовательной программы (ООП)**
 - 3.1. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы
 - 3.2. Срок освоения ООП
 - 3.3. Трудоемкость ООП
 - 3.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам
 - 3.5. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ООП
 - 3.5.1. Область профессиональной деятельности выпускников
 - 3.5.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников
 - 3.5.3. Виды профессиональной деятельности выпускников
 - 3.6. Направленность (профиль) образовательной программы
 - 3.7. Планируемые результаты освоения образовательной программы
 - 3.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы
 - 3.9. Язык, на котором реализуется ООП
4. **Учебный план ООП (Приложение 2)**
5. **Матрица компетенций (Приложение 3)**
6. **Календарный учебный график (Приложение 4)**
7. **Рабочие программы**
 - 7.1. Рабочие программы дисциплин (модулей) (Приложение 5)
 - 7.2. Рабочие программы практик (Приложение 6)
8. **Программа государственной итоговой аттестации (Приложение 7)**
9. **Фонд оценочных средств (Приложение 8)**
10. **Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся (при наличии)**
 - 10.1. Положение о введении рейтинговой системы оценки учебных достижений студентов на факультете психологии национального исследовательского Томского государственного университета
 - 10.2. Положение о рейтинговой системе контроля научно-исследовательских достижений студентов на факультете психологии национального исследовательского Томского государственного университета

1. Общие положения.

1.1. Основная образовательная программа (ООП) магистратуры

Основная образовательная программа магистратуры, реализуемая национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки **42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и профилю подготовки «PR и реклама в системе новых медиа»** представляет собой комплекс документов, разработанный и утвержденный высшим учебным заведением самостоятельно с учетом требований рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки в соответствии с Положением об основной образовательной программе высшего образования в Национальном исследовательском Томском государственном университете.

ООП регламентирует комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, оценочных средств, методических материалов, иных компонентов, включенных в состав образовательной программы по решению НИ ТГУ.

1.2. Нормативную правовую базу разработки ООП магистратуры составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ ;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 05.04.2017 № 301);
- Федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 02.05.2015 № 122-ФЗ;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;
- Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры» (в ред. N 86 от 9 февраля 2016 г. и № 502 от 28 апреля 2016 г.);
- Приказ Минобрнауки РФ от 27.11.2015 N 1383 «Об утверждении положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (магистратура), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 372 от 8 апреля 2015 г.;
- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденных приказом Министерства образования и науки РФ от 23.08.2017 № 816 (зарегистрирован Минюстом России 18.09.2017, регистрационный № 48226);
- Устав НИ ТГУ (утвержден приказом Министерства образования и науки РФ от 20.05.2014 № 564);
- Программа развития федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский Томский государственный университет» на 2013-2020 годы;
- Локальные нормативные акты НИ ТГУ.

2. Образовательный стандарт по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» (Приложение 1).

3. Общая характеристика образовательной программы

3.1 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Абитуриент должен иметь диплом о высшем образовании (степень «бакалавр» или квалификацию «специалист»). При приеме на обучение по ООП проводятся вступительные испытания. Программа вступительных испытаний представлена в Приложении 2. Зачисление на программу осуществляется на конкурсной основе по итогам вступительных испытаний.

3.2. Срок освоения ООП 2 года.

3.3. Трудоемкость ООП 120 зачетных единиц.

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательных программ на иных условиях;
- в форме самостоятельной работы обучающихся;
- иных формах.

Учебные занятия по дисциплинам (модулям), промежуточная аттестация обучающихся и государственная итоговая аттестация обучающихся проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся, практика – в форме контактной работы и в иных формах.

Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде.

Аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем – это работа обучающихся по освоению ООП, выполняемая в учебных помещениях НИ ТГУ (аудиториях, лабораториях, компьютерных классах и т.п.) при непосредственном участии преподавателя, в том числе с применением дистанционных образовательных технологий.

Внеаудиторная контактная работа преподавателя с обучающимся – это работа по освоению ООП вне расписания аудиторных занятий.

Контактная работа может охватывать иные виды учебной деятельности, предусматривать групповую и индивидуальную работу преподавателя с обучающимися.

Фактический объем контактной работы от общего объема времени, отводимого на реализацию данной ООП определяется исходя из формы обучения, содержания, форм проведения занятий, образовательных технологий используемых при ее реализации, в том числе с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий и составляет не более 35 процентов.

3.4. Квалификация, присваиваемая выпускникам.

По окончании обучения выпускникам присваивается квалификация МАГИСТР.

3.5. Характеристика профессиональной деятельности выпускника.

3.5.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

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

3.5.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.

Объектами профессиональной деятельности магистров по направлению «Реклама и связи с общественностью» являются:

- государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации, различные виды новых медиа.

3.5.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.

Магистр по направлению подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью» готовится к следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая, научно-исследовательская и педагогическая. Согласно настоящей магистерской программе все виды образовательной деятельности реализуются, в том числе, в системе новых медиа.

Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи.

Организационно-управленческая деятельность:

- управление коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании /организации, планирование и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведение мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;
- контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью;
- организация эффективных внутренних коммуникаций, создание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивация сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирование и обеспечение высокого уровня корпоративной культуры.

Коммуникационная деятельность:

- руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;
- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, контроль и оценка их эффективности;
- создание эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными, коммерческими организациями, средствами массовой информации;
- организация внутреннего и внешнего коммуникационного аудита организации, разработка стратегии и тактических планов, бюджетов в области рекламы и связей с общественностью.

Проектная деятельность:

- разработка стратегических концепций и бизнес-планов проектов, заданий на их разработку, руководство проектной деятельностью;
- оценка качества и эффективности проектов;

Информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельности:

- руководство подготовкой и проведением количественных и качественных исследований, анализ и интерпретация первичной и вторичной информации, подготовка социальных обзоров, прогнозов, консалтинга;
- руководство подготовкой и проведением анкетирования и опросов с целью выявления предпочтений целевых фокус-групп;
- постановка проблемы, определение целей, задач, предмета и методов исследования;
- организация и проведение исследований общественной среды и общественного мнения;
- анализ полученных данных и формулирование предложений по оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью компании/организации и повышению ее позиции в обществе и в конкурентной среде;
- составление аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе результатов анализа коммуникационной среды;

- разработка планов, программ и других материалов, содержащих научно обоснованные прогнозно-аналитические рекомендации;
- проведение консультационной работы 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.

Научно-исследовательская и педагогическая деятельности:

- выявление тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области рекламы и связей с общественностью;
- определение состава и операционализация основных изучаемых переменных, выявление проблем, определение гипотез их решения, подбор методик, планирование и организация проведения рыночных и социологических исследований, анализ и интерпретация их результатов, разработка основных коммуникационных стратегий, а также стратегий в области совершенствования и оптимизации рекламной деятельности и связей с общественностью;
- подготовка научных работ, отчетов, обзоров, прогнозов, публикаций по результатам выполненных научно-практических исследований, планирование, организация и применение на практике полученных результатов.

3.6. Направленность (профиль) образовательной программы.

Направленность магистерской программы 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» - «Реклама и связи с общественностью в системе новых медиа». Цель программы – подготовка будущей элиты профессионалов в сфере социальных коммуникаций, способных возглавить работу рекламных и PR-агентств, соответствующих подразделений государственных организаций и бизнес-структур; а также готовых к серьезным аналитическим и научным исследованиям.

Данная магистерская программа призвана готовить компетентных и конкурентоспособных исследователей для научно-исследовательских, проектно-инновационных, организационно-управленческих, экспертных и образовательных видов коммуникативной деятельности, предметом которой является система «новых медиа». Под новыми медиа понимаются: 1) интерактивные электронные издания (Интернет-версии традиционных СМИ, новостные Интернет-порталы, специализированные Интернет-издания); 2) новые (электронные) формы общения базовых и технологических субъектов со своими целевыми аудиториями (Интернет-магазины, корпоративные и персональные сайты Web 1.0, 2.0, 3.0); 3) «гражданская журналистика» (блоггинг); 4) различные социальные сервисы (поисковые и навигационные системы, приложения к мобильным устройствам); 5) социальные сети (ВКонтакте, Мой Мир, Facebook, Twitter и др.); необходимые для эффективной работы с электронной общественностью – потенциальными и реальными потребителями и клиентами, партнерами, инвесторами, СМИ, различными государственными, коммерческими и некоммерческими организациями.

3.7. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

Результаты освоения ООП магистратуры определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личностные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения указанной программы и профиля подготовки выпускник должен обладать следующими компетенциями.

Общекультурные компетенции (ОК):

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

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

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владеть методами делового общения в интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать её эффективность (ПК-4);
- способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);
- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);

коммуникационная деятельность:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

проектная деятельность:

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов из реализации, контроля и корректировки (ПК-15);
- способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16);

информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способность руководить подготовкой и проведение количественных и качественных исследований (ПК-17);
- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18);
- способность осуществлять консультирование по всем рыночным и социальным исследованиям, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19);

научно-исследовательская и преподавательская деятельность:

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);
- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

3.8. Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации

образовательной программы.

Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками НИ ТГУ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы магистратуры на условиях гражданско-правового договора.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет 100 процентов.

Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, присвоенное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих программу магистратуры, составляет 75 процентов.

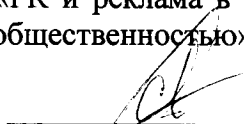
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа действующих руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы магистратуры (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих программу магистратуры, составляет 20 процентов.

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в системе новых медиа» осуществляется профессором кафедры социальных коммуникаций НИ ТГУ доктором философских наук Кужелевой-Саган Ириной Петровной. Руководитель программы осуществляет научно-исследовательские проекты по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью в системе новых медиа»: «Исследование и развитие потенциала одаренности, инновационности и самореализации современной молодежи в условиях модернизации экономики и социальной сферы», «Виртуальная этнонациональная идентичность мигранта в зеркале российских социальных сетей», «От симпатии к лайкингу, от любви к вирту, от дружбы к френдингу, от вражды к троллингу, от приверженности к фолловингу: региональный аспект трансформации фреймов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве социальных сетей (на материале анализа коммуникаций нового сетевого поколения студенческой молодежи г. Томска)» и др. И.П. Кужелева-Саган за последние 5 лет имеет более 20 публикаций по результатам научно-исследовательской и творческой деятельности в ведущих отечественных и зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях (индекс Хирша – 4). Апробация результатов научно-исследовательской деятельности руководителя программы осуществлялась более, чем на десяти национальных и международных конференциях.

3.9. Язык, на котором реализуется ООП.

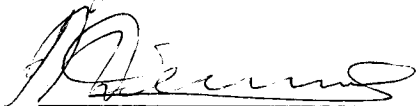
Магистерская программа «PR и реклама в системе новых медиа» по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» реализуется на русском языке.

Руководитель ООП


_____ **Д.И. Спичева**

Согласовано:

проректор по УР


_____ **В.В. Дёмин**