

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 04.06.2026 14:29:39

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

B&D

Автономная некоммерческая организация высшего образования
"ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА"

РАССМОТРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

на Ученом Совете АНО ВО «Институт бизнеса
и дизайна»

Протокол № 01-26

от « 26 » февраля 2026 г.

Ректор

от « 26 » февраля 2026 г.



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность программы (профиль):

Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Уровень высшего образования магистратура

Форма обучения:

очная

Москва 2026

Лист согласования

Образовательная программа высшего образования АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Уровень: магистратура

Ректор АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

СОГЛАСОВАНО

Представитель от работодателей,

Президент Ассоциации Развития Digital-Агентств ARDA

Д. В.Фролов.

«15» февраля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Общие положения

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью
- 1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

- 2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 2.2 Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с Федеральным государственным образовательным стандартом

Раздел 3. Характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Раздел 4. Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

- 4.1 Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы
 - 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
 - 4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Раздел 5. Структура и содержание основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

- 5.1. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы
 - 5.1.1. Учебный план с формами аттестаций

5.1.2. Календарный учебный график

5.1.3. Рабочие программы дисциплин и практик с оценочными и методическими материалами

5.1.4. Программа итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами

Раздел 6. Условия реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

6.1. Общесистемные условия реализации программы магистратуры

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы магистратуры

6.3. Кадровые условия реализации программы магистратуры

6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы

6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры

Приложения (1-7):

1. Учебный план с формами аттестаций

2. Календарный учебный график

3. Рабочие программы дисциплин с оценочными и методическими материалами

4. Рабочие программы практик с оценочными и методическими материалами

5. Программа итоговой аттестации с оценочными и методическими материалами

1 Общие положения

1.1 Назначение основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью.

Основная образовательная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью (далее по тексту – ОПОП ВО) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Автономной некоммерческой организацией высшего образования «Институт бизнеса и дизайна» (далее по тексту – Институт) на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее по тексту - ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки с учетом требований рынка труда.

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью, реализуемая АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), рабочих программ практик, рабочей программы воспитания и иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

Программа магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержания, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника в соответствии с требованиями ФГОС ВО к результатам освоения им данной ОПОП ВО (в виде приобретенных выпускником компетенций, необходимых в профессиональной деятельности). При разработке и утверждении ОПОП ВО учитывалось мнение представителей работодателей.

Основная профессиональная образовательная программа 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

В области обучения целью ОПОП ВО по направлению подготовки является формирование общекультурных, универсальных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику работать в избранной области и (или) сфере профессиональной деятельности и быть востребованным на рынке труда.

В области воспитания целью ОПОП ВО по направлению подготовки является развитие у обучающихся личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности: целеустремленности, организованности, трудолюбию, ответственности, самостоятельности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели.

Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов с применением предусматривает возможность обмена информацией в доступных для них формах.

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ;
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и уровню высшего образования магистратура, утвержденным приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 528 (далее – ФГОС ВО);
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 06.04.2021 г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
4. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ от 05.08.2020 г. № 885/390 «О практической подготовке обучающихся»;
5. Приказ Министерства образования и науки РФ от 29.06.2015 г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;
6. Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
7. Устав АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»;
8. Локально-нормативные акты АНО ВО «Института бизнеса и дизайна».

1.3 Перечень сокращений

ФГОС ВО – Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования;

ПС – профессиональный стандарт;

ПД – профессиональная деятельность;

УК – универсальные компетенции;

ОПК – общепрофессиональные компетенции;

ПК – профессиональные компетенции.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускников магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

2.1 Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Целью ОПОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью является формирование у магистрантов системы универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых для успешного решения профессиональных задач авторского, научно-исследовательского, проектно-аналитического и организационно-управленческого типов в сфере рекламы, связей с общественностью, стратегических коммуникаций, бренд-менеджмент.

Область профессиональной деятельности и сфера профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

Задачи профессиональной деятельности авторского типа:

- управление разработкой, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;
- создание текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Задачи профессиональной деятельности организационно-управленческого типа:

- управление нематериальными активами компании, организации;

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

Задачи профессиональной деятельности проектно-аналитического типа:

- создание концепции, планирование и реализация индивидуального и (или) коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи профессиональной деятельности научно-исследовательского типа:

- проведение научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью на основе самостоятельно разработанной и адаптированной методологии и методик.

2.2 Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших ОПОП ВО по направлению подготовки

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность профиль Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Наименование области профессиональной деятельности	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	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. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.	06.013	Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230)

3 Характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы в рамках направления подготовки:

42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», Управление брендом в рекламе и связях с общественностью .

Квалификация, присваиваемая выпускникам образовательной программы: **магистр.**

Объем программы: **120 ЗЕТ.**

Форма обучения: **очная**

Срок получения образования по **очной** форме обучения: **2 года.**

Образовательная деятельность по программе магистратуры осуществляется на государственном языке Российской Федерации.

Срок получения образования по программе магистратуры по очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок обучения может быть увеличен по их заявлению не более чем на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

Зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам (при продолжительности академического часа 45 минут).

Объем программы магистратуры составляет 120 зачетных единиц (далее - з.е.) 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 ускорен- ном обучении - не более 80 з.е.

Образовательная деятельность по образовательной программе: в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, а также в форме самостоятельной работы обучающихся.

4. Планируемые результаты освоения образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

4.1 Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы

4.1.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование компетенции	наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. анализирует, верифицирует, оценивает полноту и достаточность информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию; УК-1.2. грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации; отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок УК-1.3. разрабатывает альтернативные стратегии действий, в том числе в непривычных обстоятельствах, на основе критического анализа и системного подхода УК-1.4. принимает обоснованное решение, определяет и оценивает практические последствия возможных решений задачи УК-1.5. способен систематизировать результаты коллективной интеллектуальной деятельности
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. определяет цели проекта, расставляет приоритеты и правильно использует имеющиеся ресурсы УК-2.2. составляет план действий с учетом возможных потенциальных препятствий, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач УК-2.3. решает конкретные задачи проекта на качественном уровне и в намеченные сроки; способен адаптировать работы по проекту с учётом изменившихся обстоятельств УК-2.4. применяет и обосновывает соответствующие методы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла УК-2.5. формирует отчетность в установленные сроки в соответствии с установленными требованиями и публично представляет результаты проделанной работы УК-2.6. представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, включая исследовательскую работу
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. демонстрирует способность организовать работу коллектива; УК-3.2 разрабатывает стратегию работы коллектива, определяет функции участников и расставляет приоритеты; гибко изменяет стратегию работы в зависимости от ситуации; УК-3.3. проявляет способность мобилизовать других на достижение поставленных целей; привлекает и

		поддерживает талантливых участников команды; демонстрирует заботу о коллективе; УК-3.4. принимает управленческие решения в сложных нестандартных ситуациях, с различным уровнем риска и неопределенности, в условиях наличия различных мнений; УК-3.5. демонстрирует способность нести ответственность за собственные управленческие решения, а также за работу коллектива
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1. владеет системой норм русского литературного языка, родного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); УК-4.2. использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках; УК-4.3. свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную деловую информацию на русском, родном и иностранном (-ых) языке (-ах); УК-4.4. ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном (-ых) и иностранном (-ых) языках; УК-4.5. ведет устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках; УК-4.6. демонстрирует умение выполнять перевод текстов различного объема и стилистики с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. демонстрирует способность адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и поликонфессиональных групп; УК-5.2. конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения поставленных задач и усиления социальной интеграции; УК-5.3. организывает многостороннюю коммуникацию и управляет ею
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. проявляет способность повышать свой интеллектуальный уровень, квалификацию и мастерство, строить траекторию личностного и профессионального роста и карьеры, с опорой на методы самоменеджмента и самоорганизации; УК-6.2. демонстрирует способность вести интеллектуальную, в том числе научно-исследовательскую деятельность; УК-6.3. демонстрирует способность к самообразованию и использует предоставленные возможности для приобретения новых знаний и навыков.

4.1.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы

их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование 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 система.
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	ОПК-5.1 выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на

	актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	глобальном, национальном и региональном уровнях 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
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности; ОПК-6.2. отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные 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	ОПК-7.1. знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности; 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.

4.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание
Тип задач профессиональной деятельности - организационно-управленческий	ПК-1. Способен организовывать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1. выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПК-1.2. организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПК-1.3. контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.4. на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы	На основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных требований, предъявляемых к выпускникам
	ПК-4 Способен создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ПК-4.1. разрабатывает технические задания на создание фирменного стиля организации, ее бренда ПК-4.2. организует проведение коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов) ПК-4.3. реализует программы повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации	На основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных требований, предъявляемых к выпускникам

Тип задач профессиональной деятельности – проектно-аналитический	ПК-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2.1. отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-2.2. проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью	На основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных требований, предъявляемых к выпускникам
Тип задач профессиональной деятельности - авторский	ПК-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	ПК-3.1. создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач ПК-3.3. формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны ПК-3.4. интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии	На основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных требований, предъявляемых к выпускникам

Тип задач профессиональной деятельности – научно-исследовательский	ПК-5 Способен проводить научную и исследовательскую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-5.1. формулирует концепцию исследования ПК-5.2. применяет методы качественного и количественного анализа информации, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации ПК-5.3. получает, интерпретирует и представляет результаты исследования; на основе результатов составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы	На основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных требований, предъявляемых к выпускникам
--	---	---	---

5. Структура и содержание основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 54.04.01 «Дизайн», направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

5.1. Структура образовательной программы

Программа магистратуры включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)».

Блок 2 «Практика».

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура программы магистратуры		Объем программы магистратуры и ее блоков в з.е., установленный ФГОС ВО	Объем программы магистратуры и ее блоков з.е., установленный ОПОП ВО
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 60	81
Блок 2	Практики	не менее 30	30
Блок 3	Итоговая аттестация	6 -9	9
Объем программы магистратуры		120	120

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы магистратуры относятся:

- обязательные дисциплины (модули) («Методология исследовательской деятельности и академическая культура»; «Межкультурное взаимодействие»; «Иностранный язык в профессиональной деятельности»);

- дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций.

- дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций.

К части, формируемой участниками образовательных отношений, относятся:

- дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование профессиональных компетенций, установленных образовательной организацией;

- дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций.

Обучающимся – инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (по их заявлению) предоставляется возможность обучения по программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальных возможностей и, при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

Образовательная деятельность по образовательной программе проводится: в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, а также в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа обучающихся с преподавателем может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде. Объем контактной работы обучающихся с педагогическими работниками Института должен составлять в очной форме обучения не менее 30% общего объема времени, отводимую на реализацию дисциплин (модулей).

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации), иную контактную работу (при необходимости),

предусматривающую групповую или индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, определяемую организацией самостоятельно.

В Блок 2 «Практика» программы магистратуры входит производственная практики. Типы производственной практики: профессионально-творческая практика; научно-исследовательская работа; преддипломная практик

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит:

подготовка к сдаче и сдача итогового экзамена;

подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Объем Блока 3 составляет 9 з.е.

5.2 Документы, регламентирующие содержание, организацию и реализацию образовательного процесса по ОПОП ВО

Содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОП регламентируется следующими документами:

- учебным планом (Приложение 1);
- календарным учебным графиком (Приложение 2);
- рабочими программами дисциплин (включая фонды оценочных средств) (Приложение 3) – программой итоговой аттестации (включая фонды оценочных средств) (Приложение 5);
- рабочими программами практик (включая фонды оценочных средств) (Приложение 4);
- рабочая программа воспитания (включая календарный план воспитательной работы) (Приложение 6).

5.2.1 Учебный план

В учебном плане указывается перечень дисциплин (модулей), практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения. В учебном плане выделяется объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий) и самостоятельной работой обучающихся в академических часах. Для каждой дисциплины (модуля) и практики указывается форма промежуточной аттестации обучающихся.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья могут обучаться по индивидуальному учебному плану в установленные сроки с учетом особенностей и

образовательных потребностей конкретного обучающегося. Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья может быть при необходимости увеличен, но не более чем на год.

Адаптация образовательной программы предусматривает предоставление обучающемуся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья возможности освоения адаптационных дисциплин по выбору. Адаптационные дисциплины включаются в вариативную часть (дисциплины по выбору) образовательной программы. Перечень адаптационных дисциплин определяется исходя из конкретной ситуации и индивидуальных потребностей инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Учебные занятия по адаптационным дисциплинам могут проводиться индивидуально. Учебные планы формируются по формам обучения и годам набора.

5.2.2 Календарный учебный график

Календарный учебный график устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, итоговой аттестации, каникул. Календарный учебный график разработан в соответствии с требованиями ФГОС и размещается на первой странице рабочего учебного плана.

5.2.3 Рабочие программы дисциплин (модулей)

Рабочие программы всех дисциплин (модулей) учебного плана, включая дисциплины по выбору обучающихся, приведены в Приложении 3.

5.2.4 Рабочие программы практик

Рабочие программы всех практик, предусмотренных образовательной программой, приведены в Приложении 4.

5.2.5 Программа итоговой аттестации выпускников

Итоговая аттестация включает в себя подготовку к сдаче и сдачу итогового экзамена; подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы. Итоговая аттестация проводится экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия

результатов освоения обучающимися основных образовательных программ соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта и готовности выпускника к профессиональной деятельности. На основе «Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры», утвержденного Министерством образования и науки РФ, разработаны и утверждены требования к содержанию, объему и структуре выпускных квалификационных работ, качество выполнения которых позволит выяснить степень подготовленности выпускника к профессиональной деятельности. Программа итоговой аттестации, включая фонд оценочных средств, представлена в Приложении 5.

6. Условия реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Управление брендом в рекламе и связях с общественностью

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.

6.1. Общесистемные условия реализации программы магистратуры

Институт располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации образовательной программы по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Института, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей) и практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулях), рабочих программах практик;

– формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

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

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение программы магистратуры

Помещения Института представляют 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 оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна». Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Институт обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определен в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.3. Кадровые условия реализации программы магистратуры

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна», а также лицами, привлекаемыми Институтом к реализации образовательной программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Института отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.

Не менее 75 процентов численности педагогических работников Института, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Институтom к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 10 % численности педагогических работников Института, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Институтom к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Института и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют 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).

Научные работники Института участвуют в реализации образовательной программы, формируют у обучающихся профессиональные качества по избранному направлению подготовки, развивают у обучающихся самостоятельность, инициативу, творческие способности.

Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником Института, имеющим ученую степень, осуществляющим самостоятельные научно-исследовательские проекты (участвующим в осуществлении таких проектов) по направлению подготовки, имеющим ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской деятельности в ведущих отечественных и (или) зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях, а также осуществляющим ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской деятельности на национальных и международных конференциях.

6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы магистратуры

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 науки и высшего образования Российской Федерации.

6.5. Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры

Ответственность за обеспечение качества подготовки обучающихся при реализации программы, получения обучающимися требуемых результатов освоения программы несет Институт бизнеса и дизайна. Институт гарантирует качество подготовки выпускников, в том числе путем: рецензирования образовательных программ; разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников; обеспечения компетентности преподавательского состава; регулярного проведения самообследования с привлечением представителей работодателей; информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе определяется в рамках системы внутренней оценки, а также внешней оценки, в которой Институт принимает участие на добровольной основе.

Оценка качества подготовки обучающихся по программе включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и итоговую (государственную итоговую) аттестацию. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине (модулю), практике устанавливаются учебным планом, указываются в рабочей программе дисциплины (модуля), рабочей программе практики и доводятся до сведения обучающихся.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в Институте преподавателями разработаны фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности Институт привлекает к процедурам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), а также преподавателей смежных образовательных областей.

Итоговая аттестация в качестве обязательного аттестационного испытания включает защиту выпускной квалификационной работы и сдачу итогового экзамена. С целью совершенствования программы Институт привлекает работодателей и их объединения в ходе следующих мероприятий: рецензирование образовательной программы руководителями и/или работниками организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем)

реализуемой программы; оценивание профессиональной деятельности обучающихся в ходе прохождения практики; получение отзывов от работодателей во время участия обучающихся в городских и региональных конкурсах по различным видам профессионально ориентированной деятельности.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе обучающимся предоставлена возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. Обучающиеся могут дать свою оценку посредством прохождения анкетирования через свои личные кабинеты в электронной информационно-образовательной среде Института.