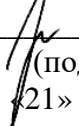


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель направления 42.04.01  
доц., д.э.н.

  
\_\_\_\_\_  
(подпись) К.В. Лосев  
(ФИО)  
«21» июня 2017 г

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Укрупненная группа подготовки: 42.00.00 Средства массовой информации и  
информационно-библиотечное дело

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в сфере социальных  
инноваций

Виды профессиональной деятельности выпускников:

- организационно-управленческая;
- коммуникационная;
- научно-исследовательская деятельность и педагогическая (основная).

Выпускнику присваивается квалификация: магистр по направлению подготовки 42.04.01  
реклама и связи с общественностью

Формы и нормативные сроки обучения:

- Очное обучение 2 года

Выпускающая кафедра: Кафедра рекламы и современных коммуникаций (№62)

Язык, на котором осуществляется образовательная деятельность: русский

## 1 Планируемые результаты освоения ОП

1.1. Целью ОП ВО является формирование у выпускника общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

1.2. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

1.3. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы самоуправления; негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

1.4. Выпускник готов решать профессиональные задачи в следующих видах деятельности:

Организационно-управленческая:

- 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:

- 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;

Научно–исследовательская деятельность и педагогическая (основная):

- 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.

1.5. Компетенции, которыми должен обладать выпускник

Общекультурные компетенции (ОК):

- способностью к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- готовностью действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовностью к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);
- способностью воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способностью 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);
- способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владением методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовностью на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способностью нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Профессиональные компетенции (ПК):

организационно-управленческая деятельность:

- способностью управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способностью осуществлять корректировку и контроль коммуникационных

программ и мероприятий (ПК-2);

- способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);

- способностью управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать ее эффективность (ПК-4);

- способностью работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);

- способностью самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);

- способностью разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);

- способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);

- способностью к выработке нестандартных решений (ПК-9);

- способностью применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

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

- коммуникационная деятельность:

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

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

- проектная деятельность:

- способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);

- способностью оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки (ПК-15);

- способностью использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16);

- информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая:

- способностью руководить подготовкой и проведением количественных и качественных исследований (ПК-17);

- способностью разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18);

- способностью осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19);

- научно-исследовательская и педагогическая деятельность:

- способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способностью интегрировать знания, формировать суждения и принимать

решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);

– способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);

– способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

– способностью интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

– способностью применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

## **2 Сведения о профессорско–преподавательском составе, обеспечивающем реализацию ОП**

2.1. Доля штатных преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок) составляет 84,61 процентов от общего количества преподавателей, обеспечивающих реализацию ОП.


2.2. Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе степень, присваиваемую за рубежом, документы о присвоении которой прошли установленную законодательством Российской Федерации процедуру признания) и (или) ученое звание, в общем числе преподавателей, обеспечивающих реализацию ОП, составляет 83,8 процентов.

2.3. Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих высшее образование и (или) ученую степень, соответствующих профилю преподаваемой дисциплины, в общем числе преподавателей, обеспечивающих реализацию ОП, составляет 100 процентов.

2.4. Доля преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа действующих руководителей и работников профильных организаций (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе преподавателей, обеспечивающих реализацию ОП, составляет 13,92 процентов.

Ответственный за ОП ВО

ДОЦЕНТ, Д.Э.Н.  
(должность, уч. степень)

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)

К.В. Лосев  
(ФИО)

## АННОТАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций

Выпускающий институт: Гуманитарный факультет

Выпускающая кафедра: Кафедра рекламы и современных коммуникаций

Руководитель направления: проф., д.псих.н. В.Г. Казанская

Ответственный за ОП ВО: проф., д.псих.н. В.Г. Казанская

Формы и нормативные сроки обучения:

- Очное обучение 2 года

Выпускнику присваивается квалификация: «магистр по направлению подготовки»

Область профессиональной деятельности выпускников – коммуникационные процессы в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

В процессе обучения студенты познают сущность и социальную значимость своей будущей профессии, основные проблемы дисциплин, определяющих конкретную область его деятельности, и их взаимосвязь в целостной системе знаний. В то же время им прививается способность методической и психологической готовности к изменению вида и характера своей профессиональной деятельности при изменении конкретной обстановки в обществе и их личной жизни.

В программе обучения студенты получают углубленное профессиональное образование, позволяющее выпускнику успешно работать в различных сферах деятельности, связанных с рекламой и связями с общественностью, реализуемой в сфере социальных инноваций; развитие универсальных и предметно-специализированных компетенций, способствующих социальной мобильности и устойчивости выпускника на рынке труда. В области воспитания личности целью магистерской программы является формирование социально-личностных качеств магистрантов: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникабельности, толерантности, эрудированности, самостоятельности.

Существенное внимание уделяется формированию у студентов способностей к постановке целей и решению задач, связанных с реализацией профессиональных функций на основе методов изученных наук, готовности к кооперации с коллегами и работе в коллективе, умению организовать работу исполнителей. Студенты овладевают знаниями основ производственных отношений и принципами управления с учетом технических, финансовых и человеческих факторов.

В процессе обучения студенты проходят предусмотренные учебным планом практики как в учебно-исследовательских лабораториях и подразделениях ГУАП, так и в сторонних организациях. Также студенты с успехом самостоятельно находят места для прохождения практик.

Кафедра рекламы и современных коммуникаций более 5 лет ведет подготовку специалистов в области рекламы и связей с общественностью, культурологии, сервиса, туризма и гостиничного дела.

На кафедре созданы все организационно-технические условия для обучения. Студенты имеют широкий доступ к Интернету.

На сайте кафедры (<http://hf-guap.ru/intercom/index.html>) представлена более подробная информация о профессорско-преподавательском составе, научной деятельности подразделения,

реализуемых образовательных программах, материально-техническом обеспечении, учебном процессе.

Информация о содержании и особенностях учебного плана представлена на сайте ГУАПа в разделе «Перечень реализуемых образовательных программ высшего образования» (<http://guap.ru/sveden/edustandarts>).