

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель направления 42.04.01  
д-р эконом. наук, доц.

«22» июня 2023 г.

Санкт-Петербург 2023

## **1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Общие сведения об образовательной программе (ОП)**

Образовательная программа по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций, утвержденным приказом Минобрнауки от 08.06.2017 N 528 (ред. от 08.02.2021; с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021), а также нормативными правовыми актами Российской Федерации и локальными нормативными актами ГУАП.

Образовательная программа разработана с учетом:

- профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, перечень которых приведен в Приложении 1.

Выпускнику, освоившему образовательную программу, присваивается квалификация: «магистр».

Обучение по образовательной программе осуществляется в очной форме. Срок получения образования в очной форме обучения–2 года.

Объем образовательной программы - 120 зачетных единиц.

Язык, на котором осуществляется образовательная деятельность: русский.

### **1.2. Цель образовательной программы**

Целью образовательной программы является формирование у выпускника:

- универсальных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с ФГОС ВО;
- профессиональных компетенций, установленных ГУАП, на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, а также на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке рекламы и связей с общественностью, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, приведенных в разделе 2 настоящего документа.

### **1.3. Структура образовательной программы**

Структура образовательной программы включает следующие блоки: Блок 1 "Дисциплины (модули)"; Блок 2 "Практика"; Блок 3 "Государственная итоговая аттестация".

В рамках образовательной программы выделяется обязательная часть, установленная ФГОС ВО, и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 20 процентов общего объема образовательной программы.

## **2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

### **2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, 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, сетевые издания/ информационные агентства, ИТ-продукты).

- сфера рекламы и связей с общественностью.
- 40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности.
- сфера разработки ИТ-продуктов

Выпускники, освоившие образовательную программу, готовы решать задачи профессиональной деятельности следующих типов:

- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский.
- проектно-аналитический.

### **2.2. Перечень основных задач и объектов (или областей знаний) профессиональной деятельности (ПД) выпускников**

<b>Область ПД (по Реестру Минтруда)</b>	<b>Типы задач ПД</b>	<b>Задачи ПД</b>	<b>Объекты ПД (или области знания)</b>
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	организационно-управленческий	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать внутреннее исследование организации и внешних факторов, начиная с определения проблемы, постановки целей и задач исследования и заканчивая интерпретацией полученных данных, обработкой результатов и написанием отчета по результатам исследования;</li> <li>- осуществлять организацию обучения линейного персонала в рамках специальных профессиональных задач;</li> <li>- организация процесса создания коммуникационного</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- компании, осуществляющие деятельность по рекламе и PR, крупные производственные компании, имеющие в своей структуре отдел маркетинга, рекламы, отдел по связям с общественностью, инновационные компании.</li> </ul>

		<p>продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- участие в процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий.</li> </ul>	
	проектно-аналитический	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять функции по разработке и непосредственному созданию продукта рекламной и PR деятельности;</li> <li>- участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- осуществление деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- компании, осуществляющие деятельность по рекламе и PR, крупные производственные компании, имеющие в своей структуре отдел маркетинга, рекламы, отдел по связям с общественностью, инновационные компании;</li> <li>- 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.</li> </ul>
	научно-исследовательский	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применение научных принципов и методов исследования рынка рекламы и PR;</li> <li>- применение прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения услуг;</li> <li>- участие в разработке, внедрении инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности в сфере социальных инноваций рекламы и PR.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рынок рекламы и PR, методы исследовательской деятельности, инновационные методы в области продвижения услуг.</li> </ul>

### 3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОП

#### 3.1 Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (УК)

Категория (группа) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.3.1. Знать методы критического анализа и системного подхода; методики разработки стратегии действий для выявления и решения проблемных ситуаций. УК-1.3.2. Знать цифровые ресурсы, инструменты и сервисы для решения задач/проблем профессиональной деятельности. УК-1.У.1. Уметь искать нужные источники информации; воспринимать, анализировать, сохранять и передавать информацию с использованием цифровых средств; вырабатывать стратегию действий для решения проблемной ситуации. УК-1.В.1. Владеть навыками системного и критического мышления; методиками постановки цели, определения способов ее достижения. УК-1.В.2. Владеть навыками использования алгоритмов и цифровых средств, предназначенных для анализа информации и данных.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.3.1. Знать этапы жизненного цикла проекта; виды ресурсов и ограничений для решения проектных задач; необходимые для осуществления проектной деятельности правовые нормы и принципы управления проектами. УК-2.3.2. Знать цифровые инструменты, предназначенные для разработки проекта/решения задачи; методы и программные средства управления проектами. УК-2.У.1. Уметь определять целевые этапы, основные направления работ; объяснять цели и формулировать задачи, связанные с подготовкой и реализацией проекта. УК-2.У.2. Уметь выдвигать альтернативные варианты действий с целью выработки новых оптимальных алгоритмов действий по проекту. УК-2.В.1. Владеть навыками управления проектом на всех этапах его жизненного цикла. УК-2.В.2. Владеть навыками решения профессиональных задач в условиях цифровизации общества.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.3.1. Знать методики формирования команды; методы эффективного руководства коллективом; основные теории лидерства и стили руководства. УК-3.3.2. Знать цифровые средства, предназначенные для взаимодействия с другими людьми и выполнения командной работы. УК-3.У.1. Уметь вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели; использовать цифровые средства, предназначенные для организации командной работы. УК-3.В.1. Владеть навыками организации командной работы; разрешения конфликтов и противоречий при деловом общении на основе учета интересов всех сторон. УК-3.В.2. Владеть навыками использования цифровых средств, обеспечивающих удаленное взаимодействие членов команды.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные	УК-4.3.1. Знать правила и закономерности личной и деловой устной и письменной коммуникации;

	коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	современные коммуникативные технологии на русском и иностранном(ых) языке(ах). УК-4.3.2. Знать современные технологии, обеспечивающие коммуникацию и кооперацию в цифровой среде. УК-4.У.1. Уметь применять на практике технологии коммуникации и кооперации для академического и профессионального взаимодействия, в том числе в цифровой среде, для достижения поставленных целей. УК-4.В.1. Владеть навыками межличностного делового общения на русском и иностранном(ых) языке(ах) с применением современных технологий и цифровых средств коммуникации.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3.1. Знать правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия. УК-5.У.1. Уметь взаимодействовать с представителями иных культур с соблюдением этических и межкультурных норм. УК-5.В.1. Владеть навыками межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни	УК-6.3.1. Знать основные принципы профессионального и личностного развития с учетом особенностей цифровой экономики и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки и образования. УК-6.У.1. Уметь определять и реализовывать приоритеты совершенствования собственной деятельности на основе самооценки, в том числе с использованием цифровых средств; решать задачи собственного личностного и профессионального развития. УК-6.В.1. Владеть навыками решения задач самоорганизации и собственного личностного и профессионального развития на основе самооценки, самоконтроля, в том числе с использованием цифровых средств.

### 3.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (ОПК)

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.3.1. Знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.У.1. Уметь управлять 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. ОПК-1.В.1. Владеть технологиями производства медиатекстов и основами менеджмента в индустрии рекламы и связей с общественностью.
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-2.3.1. Знать причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов. ОПК-2.У.1. Уметь анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ОПК-2.В.1. Владеть навыками создания коммуникационных продуктов в условиях кризиса.

ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.3.1. Знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.У.1. Уметь анализировать и использовать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов. ОПК-3.В.1. Владеть навыком интерпретации опыта зарубежных и отечественных авторов при реализации коммуникационных стратегий.
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-4.3.1. Знать основные источники данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. ОПК-4.У.1. Уметь организовывать процесс изучения аудиторий и использовать 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. ОПК-4.В.1. Владеть навыками реализации коммуникационных стратегий, связанных с выявленными потребностями общественности.
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.3.1. Знать особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ОПК-5.У.1. Уметь при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использовать выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. ОПК-5.В.1. Владеть навыками разработки коммуникационных продуктов в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.3.1. Знать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности. ОПК-6.У.1. Уметь отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение. ОПК-6.В.1. Владеть актуальными техническими инструментами и программным обеспечением при разработке коммуникационной стратегии.
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.3.1. Знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности. ОПК-7.У.1. Уметь осуществлять профессиональную деятельность в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. ОПК-7.В.1. Владеть навыками использования принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта.

3.3 Профессиональные компетенции (ПК) выпускников и индикаторы их достижения на основе профессиональных стандартов (ПС) (обобщенных трудовых функций (ОТФ)/трудовых функций (ТФ)), анализа опыта и пр.:

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование ПК	Код и наименование индикатора достижения ПК	Основание (ПС(ТФ/ОТФ), анализ опыта)
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий</b>				
Осуществлять внутреннее исследование организации и внешних факторов, начиная с определения проблемы, постановки целей и задач исследования и заканчивая интерпретацией полученных данных, обработкой результатов и написанием отчета по результатам исследования, обучение линейного персонала в рамках специальных профессиональных задач, организация процесса создания коммуникационног о продукта, участие в процессе выпуска коммуникационног о продукта с применением современных информационных и коммуникационны х технологий.	Компании, осуществляющие деятельность по рекламе и PR, крупные производственные компании, имеющие в своей структуре отдел маркетинга, рекламы, отдел по связям с общественностью, инновационные компании.	ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественность ю	ПК-1.3.1. Знать функционал руководителя линейного/функционально го подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства. ПК-1.У.1. Уметь организовывать работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ПК-1.В.1. Владеть навыками контроля и регулировки хода выполнения проектной работы в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью.	Анализ опыта  ПС 06.012 ТФ D/04.7  ПС 06.008 ТФ В/01.7
<b>Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский</b>				
Применение научных принципов и методов исследования рынка рекламы и PR, применение прикладных методов исследовательской деятельности в области формирования и продвижения услуг, участие в разработке, внедрении инновационных методов, средств и	Рынок рекламы и PR, методы исследовательско й деятельности, инновационные методы в области продвижения услуг.	ПК-2. Способен проводить научное исследование в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественность ю	ПК-2.3.1. Знать формы и методики научных исследований. ПК-2.У.1. Уметь формулировать концепции научных исследований в области рекламы и связей с общественностью. ПК-2.В.1. Владеть навыками использования научных трудов и исследований при реализации коммуникационных стратегий.	Анализ опыта  ПС 40.008 ТФ D/01.7



технологий осуществления профессиональной деятельности в сфере социальных инноваций рекламы и PR.				
<b>Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический</b>				
Осуществлять функции по разработке и непосредственному созданию продукта рекламной и PR деятельности, участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью, осуществление деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационног о продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации.	Компании, осуществляющие деятельность по рекламе и PR, крупные производственные компании, имеющие в своей структуре отдел маркетинга, рекламы, отдел по связям с общественностью, инновационные компании;  Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационны й продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-3. Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессионально й сферы	ПК-3.3.1. Знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применять их на практике. ПК-3.У.1. Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать проекты и кампании в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью. ПК-3.В.1. Владеть, на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии, навыком выстраивания работы подразделения/предприятия и применять технологии организации коммуникационной работы.	Анализ опыта  ПС 06.012 ТФ D/03.7  ПС 40.008 ТФ A/02.6

#### **4 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

##### **4.1 Общесистемные требования к реализации образовательной программы**

4.1.1 ГУАП располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации образовательной программы в соответствии с учебным планом. Материально-техническое обеспечения, в том числе специализированное оборудование и лаборатории, указанные во ФГОС (при наличии), указывается в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик и программе ГИА.

4.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде «pro.guar.ru» (далее - ЭОСГУАП) из любой точки, в которой имеется

доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), как на территории ГУАП, так и вне ее.

4.1.3. При реализации образовательной программы возможно применение электронного обучения и/или дистанционных образовательных технологий.

4.1.4. Реализация ОП в сетевой форме не предусмотрена.

#### 4.2 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение ОП

4.2.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных ОП, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, перечень и состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Перечень помещений для самостоятельной работы обучающихся, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭОС ГУАП, указывается в рабочих программах дисциплин (модулей).

4.2.2. ГУАП обеспечен 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).

4.2.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд 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.

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

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

#### 4.3 Кадровые условия реализации ОП

4.3.1. Реализация ОП обеспечивается педагогическими работниками ГУАП, а также лицами, привлекаемыми ГУАП к реализации ОП на иных условиях.

4.3.2. Квалификация педагогических работников отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

4.3.2. Не менее 75 процентов численности педагогических работников, участвующих в реализации ОП, и лиц, привлекаемых к реализации ОП 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).

4.3.3. Не менее 10 процентов численности педагогических работников ГУАП, участвующих в реализации ОП, и лиц, привлекаемых ГУАП к реализации ОП на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), является 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).

4.3.4. Не менее 60 процентов численности педагогических работников 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).

4.4.5. Общее руководство научным содержанием программы магистратуры осуществляется научно-педагогическим работником ГУАП, 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.

#### 4.4 Оценка качества подготовки, обучающихся по ОП ВО

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по ОП ВО определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки. Порядок проведения внутренней и внешней оценки качества образовательной деятельности установлен локальным нормативным актом ГУАП.

## 5 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Прохождение производственных практик, обучающихся производится на базе:

- ООО «Креон РА»;
- ООО «Медиа Группа»;
- ООО «КлинСервис Плюс»;
- ООО «Креатерра СПб»;
- ООО «Вальверде»;
- ООО «Инкрис».

Ответственный за ОП ВО

Зав.каф., д.э.н., проф.  
(должность, уч. степень)

  
(подпись)

К.В. Лосев  
(ФИО)

**Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников**

N п/п	Код ПС	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.008	Профессиональный стандарт "Специалист по производству продукции сетевых изданий и информационных агентств", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 332н (ред. от 12.12.2016)
2.	06.012	Профессиональный стандарт «Менеджер продуктов в области информационных технологий», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 16 сентября 2021 г. № 636н
40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности		
3.	40.008	Профессиональный стандарт «Специалист по организации и управлению научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 11 февраля 2014 года № 86н

Ответственный за ОП ВО

Зав.каф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень)

(подпись)

К.В. Лосев

(ФИО)

«22» июня 2023

ген. дир. ООО «КлинСервис Плюс»

(должность, наименование организации (предприятия))

(подпись, печать)

Д.В. Понкратов

(ФИО)

«22» июня 2023

