МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д. Крячкова»
(НГУАДИ)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор НГУАДИ
_____Н.В. Багрова

«28» февраля 2022 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

программы магистратуры

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях
Квалификация: магистр
Форма обучения: очная

Новосибирск 2022

Общая характеристика образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях, разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (далее – ФГОС ВО) - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью введен в действие приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017г. №528 (с изменениями и дополнениями).

Общая характеристика образовательной программы высшего образования - программы магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях утверждена решением ученого совета НГУАДИ, протокол №17 от 28.02.2022г.

Образовательная программа магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях разработана на кафедре Коммуникационного дизайна НГУАДИ.

СОГЛАСОВАНО:

Проректор по ОиМД НГУАДИ	_____	Рязанцева И.В.
Начальник УРО НГУАДИ	_____	Кузнецова Н.С.
Декан ФНПО	_____	Матвеева И.В.
Зав. кафедрой Коммуникационного дизайна НГУАДИ, канд. искусствоведения	_____	Нечаев М.Г.

Оглавление

1 Общие положения 4
1.1 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса 4
1.2 Сроки получения образования по программе магистратуры 4
1.3 Языки реализации программы магистратуры 4
1.4 Нормативная база 5
1.5 Перечень сокращений 5
2 Характеристика профессиональной деятельности выпускников 6
2.1 Области профессиональной деятельности 6
2.2 Типы профессиональной деятельности выпускников 6
2.3 Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО 6
3 Структура программы магистратуры 7
3.1 Структура и объем программы магистратуры 7
3.2 Организация практик программы магистратуры 8
3.3 Государственная итоговая аттестация программы магистратуры 8
3.4 Календарный учебный график 8
3.5 Учебный план 8
3.6 Применяемые образовательные технологии 9
4 Требования к результатам освоения программы магистратуры 9
4.1 Универсальные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения 9
4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения 12
4.3 Профессиональные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения 15
5 Условия реализации программы магистратуры 34
5.1. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры 34
5.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы магистратуры 35
5.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы 36
5.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы 37
5.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе 37
6 Оценка качества подготовки выпускников по программе магистратуры 38
7 Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья 39
8 Особенности реализации программы воспитания обучающихся в рамках реализуемой образовательной программы 39

1 Общие положения

1.1 Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса

Образовательная программа высшего образования – программа магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях, реализуемая в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова» (далее – университет, НГУАДИ) представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде следующего комплекта документов:

- общей характеристики образовательной программы высшего образования;
- учебного плана;
- календарного учебного графика;
- рабочих программ дисциплин (модулей), рабочих программ практик;
- фондов оценочных средств, промежуточной и государственной итоговой аттестаций;
- рабочей программы воспитания;
- календарного плана воспитательной работы;
- методических материалов.

Информация об ОП ВО размещена на официальном сайте НГУАДИ в сети «Интернет» http://nsuada.ru//

1.2 Сроки получения образования по программе магистратуры

Срок получения образования по программе магистратуры, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий в очной форме составляет 2 года.

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 ускоренном обучении – не более 80 з.е.

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

1.3 Языки реализации программы магистратуры

Образовательная программа магистратуры реализуется на государственном (русском) языке Российской Федерации.

1.4 Нормативная база

– Федеральный закон от 29.12.2012г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федеральный закон от 27.07.2006г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»;

– Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»;

– Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017г. №528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в креативных индустриях» (с изменениями и дополнениями) Редакция с изменениями №1456 от 26.11.2020г.;

– Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11.01.2011г. №1н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования»;

– Приказ Минобрнауки России от 05.04.2017г. №301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– Приказ Минобрнауки России от 29.06.2015г. №636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

– Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 09.01.2014г. №2;

– Устав НГУАДИ;

– Локальные нормативные акты НГУАДИ.

1.5 Перечень сокращений

– ГИА – Государственная итоговая аттестация;

– з.е. – зачетная единица;

– НГУАДИ – Новосибирский государственный университет архитектуры, дизайна и искусств имени А.Д. Крячкова;

– ОП ВО – образовательная программа высшего образования;

– ОПК – общепрофессиональные компетенции;

– ОТФ - обобщенная трудовая функция;

– ПК – профессиональные компетенции;

– ПС – профессиональный стандарт;

– УК – универсальные компетенции;

– ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования;

– ФЗ - Федеральный закон от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– ФОС - фонд оценочных средств.

2 Характеристика профессиональной деятельности выпускников

2.1 Области профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу магистратуры (далее выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);

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.

2.2 Типы профессиональной деятельности выпускников

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

- авторский;
- организационно-управленческий;
- научно-исследовательский;
- педагогический.

2.3 Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью соотнесен с профессиональными стандартами 01.004 Профессиональный стандарт "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2015 г. N 608н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 24 сентября 2015 г., регистрационный N 38993). 06.009 Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973) Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный N 45230).

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника уровня магистратура по

направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, представлен в Таблице 1.

Таблица 1

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	**Наименование**	**Уровень квалификации**	**Код**	**Наименование**	**Уровень (подуровень) квалификации**
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	**B**	Организация продвижения продукции СМИ	**6**	**B/04.6**	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	**6**
				B/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	**6**
06.013 Специалист по информационным ресурсам	**C**	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	**6**	**C/07.6**	Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	**6**
01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного образования	**H**	Преподавание по программам бакалавриата и ДПП, ориентированным на соответствующий уровень квалификации	**7**	**H/01.6**	Преподавание учебных курсов, дисциплин (модулей) или проведение отдельных видов учебных занятий по программам бакалавриата и (или) ДПП	**6.2**

3 Структура программы магистратуры

3.1 Структура и объем программы магистратуры

Структура программы магистратуры включает следующие блоки:

- Блок 1 «Дисциплины (модули)»;
- Блок 2 «Практика»;
- Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем программы магистратуры (Таблица 2):

Таблица 2

Структура программы магистратуры		**Объем программы магистратуры и ее блоков в з.е.**
Блок 1	Дисциплины (модули)	120
Блок 2	Практика	40
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Факультативы		3
Объем программы в зачетных единицах		120
Объем программы в зачетных единицах (с учетом факультативов)		123
II Распределение учебной нагрузки по годам (без учета факультативов)		
Объем программы в I учебный год		60
Объем программы в II учебный год		60

3.2 Организация практик программы магистратуры

В Блок 2 «Практики» входят учебная и производственная практики (далее вместе – практик).

Типы производственной практики:

– профессионально-творческая практика;
– научно-исследовательская практика;
– педагогическая практика;
– научно-исследовательская работа;
– преддипломная практика.

Способ и форма проведения практики устанавливается программой практики в рамках ОП ВО.

Организация проведения практики, предусмотренной ОП ВО, осуществляется НГУАДИ на основе договоров с организациями, деятельность которых соответствует профессиональным компетенциям, осваиваемым в рамках ОП ВО (далее – профильная организация). Практика может быть проведена в структурных подразделениях НГУАДИ.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

3.3 Государственная итоговая аттестация программы магистратуры

Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

ГИА устанавливает степень готовности выпускника к решению задач профессиональной деятельности в соответствии с уровнем освоения профессиональных компетенций.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки ГИА включает подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

3.4 Календарный учебный график

В календарном учебном графике учебного процесса указаны периоды и их последовательность по реализации и осуществлению видов учебной деятельности, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, и периоды каникул. При расчёте продолжительности обучения и каникул в продолжительность обучения не входят нерабочие праздничные дни. Осуществление образовательной деятельности по образовательной программе в нерабочие праздничные дни не проводится. График разрабатывается в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

3.5 Учебный план

В учебном плане отображена логическая последовательность освоения циклов и разделов ОП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций, соответствующий данному направлению. Указана общая трудоемкость дисциплин, модулей и практик в зачетных единицах, а также указаны их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

Обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы магистратуры.

В рамках программы магистратуры выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений.

К обязательной части программы магистратуры относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, определяемых ФГОС ВО.

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, определяемых ФГОС ВО, а также профессиональных компетенций, определяемых НГУАДИ самостоятельно, могут включаться в обязательную часть программы магистратуры и (или) в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет не менее 20% от общего объема программы магистратуры.

3.6 Применяемые образовательные технологии

При организации образовательного процесса используется электронная информационно-образовательная среда НГУАДИ, аудиторная контактная работа предусматривает групповую работу обучающихся с педагогическим работником (в группах численностью от 2-х человек) и индивидуальную работу обучающихся с педагогическим работником.

Объем контактной работы обучающихся с педагогическим работником при проведении учебных занятий по программе магистратуры составляет в очно-заочной форме обучения от 50% до 100% общего объёма времени, отводимого на реализацию дисциплин (модулей).

При проведении занятий в рамках программы магистратуры, в том числе практических занятий, используются образовательные технологии, активизирующие познавательную деятельность обучающихся.

4 Требования к результатам освоения программы магистратуры

4.1 Универсальные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы универсальные компетенции, представленные в Таблице 3.

Таблица 3

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	**Знать:** УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности; **Уметь:** УК-1.2.1 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации; УК-1.2.2 Анализировать актуальную нормативно-правовую базу в сфере образовательной деятельности организаций в области креативных индустрий; **Владеть:** УК-1.3.1 Начальным опытом использования

		формул речевого этикета в различных ситуациях межкультурного профессионального общения.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	**Знать:** УК-2.1.1 Основы подготовки, руководства и контроля за реализацией проектами; **Уметь:** УК-2.2.1 Особенности управления проектами на разных стадиях, осуществлять компетенции лидера в рамках подготовки и реализации проектов; УК-2.2.2 Выявлять особенности управления проектами на разных стадиях, осуществлять компетенции лидера в рамках подготовки и реализации проектов; **Владеть:** УК-2.3.1 Навыками развития и планирования карьеры, разработки и реализации проектов; УК-2.3.2 Навыками и методами управления в рамках подготовки и реализации проектов, методами оценки и развития лидерского потенциала.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	**Знать:** УК-3.1.1 Основные этапы командообразования, функции лидера в современном обществе, отечественные и зарубежные подходы к изучению лидерства и стилей руководства; **Уметь:** УК-3.2.1 Анализировать этапы планирования и построения карьеры, использовать оптимальные стили руководства командой в соответствии с поставленными задачами; **Владеть:** УК-3.3.1 Навыками организации коммуникаций при реализации различных проектов в сфере креативных индустрий.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	**Знать:** УК-4.1.1 Современные коммуникативные технологии; УК-4.1.2 Правила и особенности деловой коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах); УК-4.1.3 Правила устной научной речи; УК-4.1.4 Государственный(е) язык(и); УК-4.1.5 Язык деловых документов и научных исследований; УК-4.1.6 Правила использования языковых единиц в письменных формах профессиональной коммуникации; УК-4.1.7 Языковые особенности стилистически дифференцированной речи в условиях делового общения; **Уметь:** УК-4.2.1 Применять на практике коммуникативные технологии делового общения, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.2.2 Выбирать и использовать оптимальные формы и методы презентации

		научно-исследовательского материала; УК-4.2.3 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации; **Владеть:** УК-4.3.1 Навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	**Знать:** УК-5.1.1 Особенности различных культур мира; УК-5.1.2 Правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия; УК-5.1.3 Термины и основные цели и требования к профессиональной и научной деятельности; УК-5.1.4 Теорию и технологии межкультурного взаимодействия; УК-5.1.5 Этапы развития публичных коммуникаций во взаимосвязи культурных процессов и развития общества; **Уметь:** УК-5.2.1 Анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; УК-5.2.2 Аргументировано объяснять и корректировать стилистические нарушения в текстах разных жанров при деловом письменном общении; УК-5.2.3 Воспроизводить изученные и применять новые варианты этикетных форм в различных ситуациях делового профессионального общения; УК-5.2.4 Применять технологии межкультурного взаимодействия материале; УК-5.2.5 Выявлять специфические коммуникативные практики в межкультурном взаимодействии; **Владеть:** УК-5.3.1 Методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия; УК-5.3.2 Навыками адаптации результатов научных изысканий в практической деятельности; УК-5.3.3 Методами анализа и характеризует специфику межкультурного взаимодействия в истории рекламы и связей с общественностью, предлагает лучшие практики их реализации;
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	**Знать:** УК-6.1.1 Принципы саморазвития и самообразования в контексте построения карьерной стратегии в связи с запросами рынка труда, технологии самоактуализации и повышения эффективности лидера; УК-6.1.2 Теорию самоменеджмента и здоровьесберегающих технологий; УК-6.1.3 Особенности влияния профессиональных знаний на развитие профессиональных и личных качеств музейного специалиста;

		Уметь: УК-6.2.1 Производить самооценку личности, определять ее виды и уровни, разрабатывать систему самоконтроля с целью оптимизации процесса развития карьеры, использовать технологии работы лидера в соответствии с личными целями и целями членов команд; УК-6.2.2 Создавать индивидуальный профессионально образовательный маршрут в контексте непрерывного профессионального образования; УК-6.2.3 Организовывать собственную жизнедеятельность на основе здоровьесберегающих технологий; УК-6.2.4 Определять профессиональные приоритеты для развития профессиональных компетенций; **Владеть:** УК-6.3.1 Методами целеполагания, навыками проведения анализа приоритетов индивидуальной стратегии развития карьеры с применением технологий саморегуляции, а также с применением современных форм и методов здоровьесберегающей деятельности; УК-6.3.2 Приемами, методами, способами тайм-менеджмента; УК-6.3.3 Технологиями самоорганизации и здоровьесбережения.

4.2 Общепрофессиональные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы общепрофессиональные компетенции, представленные в Таблице 4.

Таблица 4

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональных компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональных 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	**Знать:** ОПК-1.1.1 Представление об интегрированных маркетинговых коммуникациях в концепции рыночного управления и развивающегося медиапространства специфику инструментов различных маркетинговых коммуникаций; ОПК-1.1.2 Проблемные доминанты медиамира и специфику их теоретического осмысления; **Уметь:** ОПК-1.2.1 Анализировать и раскрывать на конкретных примерах актуальность медиафилософских, медиатеоретических и других профессиональных исследований; **Владеть:** ОПК-1.3.1 Навыками исследования и анализа медиатекстов и медиакоммуникационных продуктов с учетом теоретических и философских моделей медиакоммуникаций.

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	**Знать:** ОПК-2.1.1 Специфику эволюции публичных коммуникаций в европейской социальной истории, ее основные этапы; ОПК-2.1.2 Основы теоретического и философского описания тенденций развития общественных и государственных институтов в сфере медиакоммуникаций; **Уметь:** ОПК-2.2.1 Выделять корректные особенности публичной сферы во все исторические этапы европейской социальной истории; ОПК-2.2.2 Выявлять концептуальные проблемы функционирования общественных и государственных институтов в контексте теории и философии медиакоммуникаций; **Владеть:** ОПК-2.3.1 Навыками раскрывать причинно-следственные связи в конкретных явлениях, тенденциях, основанных на взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформациях коммуникативных взаимодействий; ОПК-2.3.2 Навыком системного теоретико-философского анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов.
Культура	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	**Знать:** ОПК-3.1.1 Специфику культурно-исторической эволюции публичных коммуникаций; ОПК-3.1.2 Ключевые элементы многообразия достижений отечественной и мировой культуры, отражающиеся в процессе создания медиатекстов и медиакоммуникационных продуктов; **Уметь:** ОПК-3.2.1 Проводить дескрипцию уникальных форм публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох; ОПК-3.2.2 Основные принципы научно-исследовательской работы в профессиональной деятельности; ОПК-3.2.3 Анализировать культурные процессы, соотносить результаты своей деятельности по созданию медиапродуктов с реалиями современных медиакоммуникаций; **Владеть:** ОПК-3.3.1 Способностью выявлять и характеризовать различия между многообразием публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох; ОПК-3.3.2 Анализировать научные исследования в менеджменте и в смежных областях профессиональной деятельности; ОПК-3.3.3 Навыками интеграции и систематизации многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов.

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	**Знать:** ОПК-4.1.1 Специфику коллективной рецепции основных форм публичной коммуникации различных культурно-исторических эпох; ОПК-4.1.2 Основы развития маркетинга в сфере креативных индустрий; **Уметь:** ОПК-4.2.1 Реконструировать основные общесоциальные ценности в различные культурно-исторические эпохи на основании распространенные в данных культурных рамках публичные коммуникации; **Владеть:** ОПК-4.3.1 Навыками прогнозирования наиболее востребованных видов публичных коммуникаций.
Медиакоммуникационная система	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	**Знать:** ОПК-5.1.1 Этическую ценность уникальных публичных коммуникаций различных эпох европейской истории; ОПК-5.1.2 Методами организации и планирования, программирования и оценки эффективности комплекса интегрированных маркетинговой коммуникации при разработке коммуникационных кампаний; ОПК-5.1.3 Основные методы анализа научных исследований; ОПК-5.1.4 Взаимосвязь теоретических и философских концепций медиакоммуникаций с социально-политическими, экономическими и этическими нормами; ОПК-5.1.5 Основные положения нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность организаций отрасли креативных индустрий; **Уметь:** ОПК-5.2.1 Определять особенности публичного воздействия различных медиакоммуникационных практик; ОПК-5.2.2 Выполнять маркетинговые исследования, направленные на реализацию коммуникационного продукта; ОПК-5.2.3 Выбирать методы оценки результатов научных исследований в профессиональной деятельности; ОПК-5.2.4 Описывать социально-политические, экономические и этические нормы на основании теоретико-философских медиакоммуникационных моделей; ОПК-5.2.5 Анализировать нормативно-правовые акты при решении управленческих задач; **Владеть:** ОПК-5.3.1 Навыками прогнозирования наиболее актуальные виды публичных коммуникаций в сфере рекламы и PR; ОПК-5.3.2 Навыками теоретико-философской оценки профессиональных решений в региональном, национальном и глобальном контекстах развития медиакоммуникационных систем.

Технологии	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	**Знать:** ОПК-6.1.1 Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций при организации процессов коммуникации и планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; **Уметь:** ОПК-6.2.1 Разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере креативных индустрий; **Владеть:** ОПК-6.3.1 Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Эффекты	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	**Знать:** ОПК-7.1.1 Принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; **Уметь:** ОПК-7.2.1 Применять принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; **Владеть:** ОПК-7.3.1 Комплексом интегрированных маркетинговых коммуникаций.

4.3 Профессиональные компетенции выпускников программы магистратуры и индикаторы их достижения

В результате освоения программы магистратуры у выпускника должны быть сформированы профессиональные компетенции, представленные в Таблице 5.

Таблица 5

Задача профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Область и сфера профессиональной деятельности	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий				
Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПК-1 Способен организовать работу и руководить подразделениями (предприятиями) в сфере рекламы и связей с общественностью	**Знать:** ПК-1.1.1 Структуры управления организацией, анализ ее эффективности применительно к рыночным условиям хозяйствования на основе ее сравнения со структурой передовых организаций, выпускающих аналогичную продукцию в сфере креативных индустрий; ПК-1.1.2 Принципы функционирования и методы применения цифровых технологий, используемых в профессиональной сфере; ПК-1.1.3 Методологию и методику системного и критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления; ПК-1.1.4 Роль маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития; ПК-1.1.5 Характеристику стратегий развития организаций и их отдельных подразделений; принципы руководства подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти; **Уметь:** ПК-1.2.1 Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-1.2.2 Применять цифровые технологии в управлении коммуникационной стратегией компании и организацией ее коммуникационной	Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются сквозные виды профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

		деятельности в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы; ПК-1.2.3 Разрабатывать и содержательно аргументировать возможные стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды; ПК-1.2.4 Применять приемы изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия; ПК-1.2.5 Управлять организациями, подразделениями в предприятиях креативных индустрий; **Владеть:** ПК-1.3.1 Навыками применения методики управления стратегическими организационными изменениями; ПК-1.3.2 Маркетинговым подходом к проблеме изучения внешней среды предприятия; ПК-1.3.3 Навыками анализа последствий управления проектами и сетями.		
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский				
Организация маркетинговых исследований в области СМИ	ПК-2 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	**Знать:** ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.1.2 Методику научно-исследовательской работы и основы системного подхода к научному исследованию; основные виды внедрения результатов научно-исследовательских разработок в проектирование; **Уметь:** ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую	Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются сквозные виды профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

		работу в профессиональной сфере; **Владеть:** ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию.		
Тип задач профессиональной деятельности: авторский				
Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	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 опыта и отечественного опыта	**Знать:** ПК-3.1.1 Основные этапы развития кураторских практик и их теоретического осмысления в контексте развитии культуры и искусства; ПК-3.1.2 Основные авторские подходы к современной теории искусства в контексте функционирования креативных индустрий в медиапространстве с учетом специфики имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.1.3 Значение урбанистики в авторской деятельность при осуществлении коммуникационной деятельности, используя основные понятия и термины урбанистики; ПК-3.1.4 Современные методы и подходы осуществления деятельности по интерпретации культуры, аналитики культуры; ПК-3.1.5 Историю и теорию искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; **Уметь:** ПК-3.2.1 Описывать основные элементы кураторства как профессиональной практики и его коммуникационную специфику; ПК-3.2.2 Создавать коммуникационный продукт, с учетом знаний о лучших мировых и отечественных практик и подходов осмысления современного искусства, а также с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-3.2.3 Выявлять специфику организации дизайна среды и практики анализа городского пространства, с учетом специфики	Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются сквозные виды профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

		коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.2.4 Оценивать технологии формирования уважительного отношения к культурному достоянию у целевой и косвенной аудитории; ПК-3.2.5 Рассматривать произведения искусств и дизайна в широком культурноисторическом контексте; **Владеть:** ПК-3.3.1 Навыками описания специфики проекта, разработки эффективных экспозиционных и креативных решений в профессиональной сфере; ПК-3.3.2 Навыками построения эффективной профессиональной деятельности по созданию авторских коммуникационных продуктов; ПК-3.3.3 Навыками разработки коммуникационного продукта, основываясь на лучших практиках урбанистической аналитики; ПК-3.3.4 Способами применения знаний истории искусства и дизайна в профессиональной деятельности.		
Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	ПК-4 Способен осуществлять творческую деятельность по разработке коммуникационного продукта с учётом специфики функционирования профессиональной сферы	**Знать:** ПК-4.1.1 Концептуальные рамки креативных индустрий, основные типологии, теории и практики, концепции и подходы; ПК-4.1.2 Разновидности и особенности специального мероприятия в профессиональной сфере, творческого процесса создания сценария и воплощения события; ПК-4.1.3 Основные этапы бизнес-проектирования в профессиональной сфере с учетом специфики креативных индустрий; ПК-4.1.4 Сущность проектирования в инновационных проектах в креативных индустриях; ПК-4.1.5 Специфику управления коммуникациями	Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются сквозные виды профессиональной деятельности	Профессиональный стандарт 06.013 Специалист по информационным ресурсам

		в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов; **Уметь:** ПК-4.2.1 Ориентироваться в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания коммуникационного продукт; ПК-4.2.2 Определяет оптимальные механизмы реализации творческого замысла в разработке сценария специальных мероприятий; ПК-4.2.3 Использовать специальные методы маркетинга для бизнес-планирования и инвестиционного проектирования в креативных индустриях; ПК-4.2.4 Разрабатывать инновационные проект в рамках избранной темы научного исследования; ПК-4.2.5 Характеризовать общие и специфические приемы и методы управления коммуникациями, используемыми в креативной сфере; **Владеть:** ПК-4.3.1 Навыками разработки коммуникационного продукта учитывая специфику креативных индустрий; ПК-4.3.2 Навыком исследования рынка креативных индустрий и его сегментов, тенденций изменения и развития; ПК-4.3.3 Навыками использования основных методов и инструментов проектирования; ПК-4.3.4 Выявлять драйверы роста креативных индустрий в контексте тенденций развития процесса культуры. ПК-4.3.5 Навыком разработки креативной идеи, концепции и сценарного хода специального мероприятия.		
Тип задач профессиональной деятельности: педагогический				
Преподавание	ПК-5 Способен к	**Знать:**	Область профессиональной	Профессиональный стандарт

учебных курсов, дисциплин (модулей) или проведение отдельных видов учебных занятий по программам бакалавриата и (или) ДПП	участию в разработке культурно-образовательных программ в сфере креативных индустрий	ПК-5.1.1 Традиционные и инновационные формы работы с аудиторией; ПК-5.1.2 Теорию и методологию педагогики; **Уметь:** ПК-5.2.1 Формулировать цель и задачи для работы с аудиторией; ПК-5.2.2 Применять педагогические технологии в сфере профессионального образования; ПК-5.2.3 Планировать и организовывать педагогический процесс в образовательной организации; **Владеть:** ПК-5.3.1 Навыками методического обеспечения работы с аудиторией; ПК-5.3.2 Педагогическими технологиями в сфере профессионального образования; ПК-5.3.3 Технологией разработки целевых программ повышения квалификации управленческих кадров.	деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются сквозные виды профессиональной деятельности	**01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного образования**

Соответствие между универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями выпускника и дисциплинами (модулями), практиками представлено в Таблице 6.

Таблица 6

Соответствие между универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями выпускника и дисциплинами (модулями), практиками

Наименование	Формируемые компетенции
Дисциплины (модули)	
Блок 1. Обязательная часть	
Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)	
История публичных коммуникаций	ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7
Мировые культуры и межкультурные коммуникации	УК-4; УК-5
Интегрированные маркетинговые коммуникации	ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Планирование и реализация коммуникационных кампаний	ПК-1
Цифровые технологии в профессиональной сфере	ПК-1
Научно-практическая деятельность (модуль)	
Основы профессиональных исследований	ПК-2
Технологии информационно-библиографического поиска и оформления научной работы	ПК-2
Основы структурирования научного, предпроектного исследования	ПК-2
Практическая стилистика русского языка. Профессиональный дискурс	УК-4; ОПК-5; ПК-2
Философия (модуль)	
Современные философские концепции	УК-1; ОПК-5
Философия и методология профессиональной деятельности	УК-5; ОПК-5
Теория и философия медиакоммуникаций	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5
Философские проблемы науки и техники	УК-1; УК-5
Профессиональная коммуникация на иностранном языке (модуль)	
Письменная профессиональная коммуникация	УК-4; УК-5
Устная профессиональная коммуникация	УК-4; УК-5
Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)	
Конфликтология и этика деловых коммуникаций	ПК-1
Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов	ПК-1
Управление проектами в креативных индустриях	УК-1; УК-2
Планирование карьеры и основы лидерства	УК-2; УК-3; УК-6
Управление человеческими ресурсами в организациях креативных индустрий	ПК-1
Правовые основы защиты интеллектуальной собственности	ОПК-5; ПК-1

Блок 1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Профессиональная социализация	УК-6
Профессиональная деятельность в креативных индустриях (модуль)	
Введение в теорию и практику креативных индустрий	ПК-4
Событийный маркетинг	ПК-4
Бизнес проектирование и маркетинг креативных проектов	ПК-4
Управление креативным продуктом	ПК-4
Педагогические технологии (модуль)	
Технологии обучения и методики преподавания	УК-5; ПК-5
Нормативно-правовая база образовательной деятельности	УК-1; ПК-5
Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	
Теория и практика кураторства	ПК-3
Междисциплинарные подходы к современной теории искусства	ПК-3
Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	
Урбанистика и дизайн пространства	ПК-3
Перформативные искусства	ПК-3
Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	
Современные методы интерпретации культуры	ПК-3
История и теория дизайна и моды	ПК-3
Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	
Управление инновациями в креативных индустриях	ПК-4
Менеджмент культурных коммуникаций	ПК-4
Блок 2. Практика	
Блок 2. Обязательная часть	
Производственная практика. Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Блок 2. Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Производственная практика. Научно-исследовательская практика	ПК-2; ПК-3
Производственная практика. Педагогическая практика	УК-1; ПК-5
Производственная практика Научно-исследовательская работа	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Производственная практика. Преддипломная практика	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Блок 3. Государственная итоговая аттестация	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Факультативные дисциплины	
История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью	УК-5
Методы принятия управленческих решений	УК-1; ПК-1

Соответствие между индикаторами компетенции выпускника и элементами образовательной программы представлено в Таблице 7.

Таблица 7

Соответствие между индикаторами компетенции выпускника и элементами образовательной программы

Код компетенции	Код и наименование индикаторов компетенций
Дисциплины (модули)	
Блок 1. Обязательная часть	
Теория и практика маркетинговых коммуникаций (модуль)	
История публичных коммуникаций	
ОПК-2	ОПК-2.1.1 Специфику эволюции публичных коммуникаций в европейской социальной истории, ее основные этапы; ОПК-2.2.1 Выделять корректные особенности публичной сферы во все исторические этапы европейской социальной истории; ОПК-2.3.1 Навыками раскрывать причинно-следственные связи в конкретных явлениях, тенденциях, основанных на взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформациях коммуникативных взаимодействий;
ОПК-3	ОПК-3.1.1 Специфику культурно-исторической эволюции публичных коммуникаций; ОПК-3.2.1 Проводить дескрипцию уникальных форм публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох; ОПК-3.3.1 Способностью выявлять и характеризовать различия между многообразием публичных коммуникаций различных культурно-исторических эпох;
ОПК-4	ОПК-4.1.1 Специфику коллективной рецепции основных форм публичной коммуникации различных культурно-исторических эпох; ОПК-4.2.1 Реконструировать основные общесоциальные ценности в различные культурно-исторические эпохи на основании распространенные в данных культурных рамках публичные коммуникации; ОПК-4.3.1 Навыками прогнозирования наиболее востребованных видов публичных коммуникаций;
ОПК-5	ОПК-5.1.1 Этическую ценность уникальных публичных коммуникаций различных эпох европейской истории; ОПК-5.2.1 Определять особенности публичного воздействия различных медиакоммуникационных практик; ОПК-5.3.1 Навыками прогнозирования наиболее актуальные виды публичных коммуникаций в сфере рекламы и PR;
ОПК-7	ОПК-7.2.1 Применять принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций;
Мировые культуры и межкультурные коммуникации	
УК-4	УК-4.1.1 Современные коммуникативные технологии; УК-4.1.2 Правила и особенности деловой коммуникации, в том числе на иностранном(ых) языке(ах); УК-4.2.1 Применять на практике коммуникативные технологии делового общения, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия; УК-4.3.1 Навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах);
УК-5	УК-5.1.1 Особенности различных культур мира; УК-5.1.2 Правила и технологии эффективного межкультурного взаимодействия; УК-5.2.1 Анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия; УК-5.3.1 Методами и навыками эффективного межкультурного взаимодействия;
Интегрированные маркетинговые коммуникации	
ОПК-1	ОПК-1.1.1 Представление об интегрированных маркетинговых коммуникациях в концепции рыночного управления и развивающегося медиапространства специфику инструментов различных маркетинговых коммуникаций;
ОПК-4	ОПК-4.1.2 Основы развития маркетинга в сфере креаивных индустрий

ОПК-5	ОПК-5.1.2 Методами организации и планирования, программирования и оценки эффективности комплекса интегрированных маркетинговой коммуникации при разработке коммуникационных кампаний; ОПК-5.2.2 Выполнять маркетинговые исследования, направленные на реализацию коммуникационного продукта
ОПК-6	ОПК-6.1.1 Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций при организации процессов коммуникации и планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ОПК-6.2.1 Разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере креативных индустрий; ОПК-6.3.1 Основными инструментами интегрированных маркетинговых коммуникаций;
ОПК-7	ОПК-7.1.1 Принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; ОПК-7.2.1 Применять принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; ОПК-7.3.1 Комплексом интегрированных маркетинговых коммуникаций.
Планирование и реализация коммуникационных кампаний	
ПК-1	ПК-1.1.1 Структуры управления организацией, анализ ее эффективности применительно к рыночным условиям хозяйствования на основе ее сравнения со структурой передовых организаций, выпускающих аналогичную продукцию в сфере креативных индустрий; ПК-1.2.1 Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-1.3.1 Навыками применения методики управления стратегическими организационными изменениями;
Цифровые технологии в профессиональной сфере	
ПК-1	ПК-1.1.2 Принципы функционирования и методы применения цифровых технологий, используемых в профессиональной сфере; ПК-1.2.2 Применять цифровые технологии в управлении коммуникационной стратегией компании и организацией ее коммуникационной деятельности в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы;
Научно-практическая деятельность (модуль)	
Основы профессиональных исследований	
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере; ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию.
Технологии информационно-библиографического поиска и оформления научной работы	
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию;
Основы структурирования научного, предпроектного исследования	
ПК-2	ПК-2.1.2 Методику научно-исследовательской работы и основы системного подхода к научному исследованию; основные виды внедрения результатов научно-исследовательских разработок в проектирование; ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере;
Практическая стилистика русского языка. Профессиональный дискурс	
УК-4	УК-4.1.3 Правила устной научной речи; УК-4.1.4 Государственный(е) язык(и); УК-4.1.5 Язык деловых документов и научных исследований; УК-4.2.2 Выбирать и использовать оптимальные формы и методы презентации научно-исследовательского материала;
ОПК-5	ОПК-5.1.3 Основные методы анализа научных исследований; ОПК-5.2.3 Выбирать методы оценки результатов научных исследований в профессиональной деятельности;
ПК-2	ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере;

Философия (модуль)	
Современные философские концепции	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности;
ОПК-5	ОПК-5.1.5 Основные положения нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность организаций отрасли креативных индустрий; ОПК-5.2.5 Анализировать нормативно-правовые акты при решении управленческих задач;
Философия и методология профессиональной деятельности	
УК-5	УК-5.1.3 Термины и основные цели и требования к профессиональной и научной деятельности;
ОПК-5	ОПК-5.1.3 Основные методы анализа научных исследований; ОПК-5.2.2 Выполнять маркетинговые исследования, направленные на реализацию коммуникационного продукта;
Теория и философия медиакоммуникаций	
ОПК-1	ОПК-1.1.2 Проблемные доминанты медиамира и специфику их теоретического осмысления; ОПК-1.2.1 Анализировать и раскрывать на конкретных примерах актуальность медиафилософских, медиатеоретических и других профессиональных исследований; ОПК-1.3.1 Навыками исследования и анализа медиатекстов и медиакоммуникационных продуктов с учетом теоретических и философских моделей медиакоммуникаций.
ОПК-2	ОПК-2.1.2 Основы теоретического и философского описания тенденций развития общественных и государственных институтов в сфере медиакоммуникаций; ОПК-2.2.2 Выявлять концептуальные проблемы функционирования общественных и государственных институтов в контексте теории и философии медиакоммуникаций; ОПК-2.3.2 Навыком системного теоретико-философского анализа основных тенденций развития общественных и государственных институтов.
ОПК-3	ОПК-3.1.2 Ключевые элементы многообразия достижений отечественной и мировой культуры, отражающиеся в процессе создания медиатекстов и медиакоммуникационных продуктов; ОПК-3.2.3 Анализировать культурные процессы, соотносить результаты своей деятельности по созданию медиапродуктов с реалиями современных медиакоммуникаций; ОПК-3.3.3 Навыками интеграции и систематизации многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов.
ОПК-5	ОПК-5.1.4 Взаимосвязь теоретических и философских концепций медиакоммуникаций с социально-политическими, экономическими и этическими нормами; ОПК-5.2.4 Описывать социально-политические, экономические и этические нормы на основании теоретико-философских медиакоммуникационных моделей; ОПК-5.3.2 Навыками теоретико-философской оценки профессиональных решений в региональном, национальном и глобальном контекстах развития медиакоммуникационных систем.
Философские проблемы науки и техники	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности;
УК-5	УК-5.1.3 Термины и основные цели и требования к профессиональной и научной деятельности;
Профессиональная коммуникация на иностранном языке (модуль)	
Письменная профессиональная коммуникация	
УК-4	УК-4.1.6 Правила использования языковых единиц в письменных формах профессиональной коммуникации; УК-4.2.3 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации;

УК-5	УК-5.2.2 Аргументировано объяснять и корректировать стилистические нарушения в текстах разных жанров при деловом письменном общении;
Устная профессиональная коммуникация	
УК-4	УК-4.1.7 Языковые особенности стилистически дифференцированной речи в условиях делового общения; УК-4.2.3 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации; УК-4.3.1 Навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме, в том числе на иностранном(ых) языке(ах).
УК-5	УК-5.2.3 Воспроизводить изученные и применять новые варианты этикетных форм в различных ситуациях делового профессионального общения;
Управление персоналом и организациями в креативных индустриях (модуль)	
Конфликтология и этика деловых коммуникаций	
ПК-1	ПК-1.1.3 Методологию и методику системного и критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления; ПК-1.2.3 Разрабатывать и содержательно аргументировать возможные стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды;
Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов	
ПК-1	ПК-1.1.4 Роль маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития; ПК-1.2.4 Применять приемы изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия; ПК-1.3.2 Маркетинговым подходом к проблеме изучения внешней среды предприятия;
Управление проектами в креативных индустриях	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности; УК-1.2.2 Анализировать актуальную нормативно-правовую базу в сфере образовательной деятельности организаций в области креативных индустрий; УК-1.3.1 Начальным опытом использования формул речевого этикета в различных ситуациях межкультурного профессионального общения.
УК-2	УК-2.1.1 Основы подготовки, руководства и контроля за реализацией проектами; УК-2.2.1 Особенности управления проектами на разных стадиях, осуществлять компетенции лидера в рамках подготовки и реализации проектов;
Планирование карьеры и основы лидерства	
УК-2	УК-2.1.1 Основы подготовки, руководства и контроля за реализацией проектами; УК-2.2.2 Выявлять особенности управления проектами на разных стадиях, осуществлять компетенции лидера в рамках подготовки и реализации проектов; УК-2.3.2 Навыками и методами управления в рамках подготовки и реализации проектов, методами оценки и развития лидерского потенциала. УК-2.3.1 Навыками развития и планирования карьеры, разработки и реализации проектов;
УК-3	УК-3.1.1 Основные этапы командообразования, функции лидера в современном обществе, отечественные и зарубежные подходы к изучению лидерства и стилей руководства; УК-3.2.1 Анализировать этапы планирования и построения карьеры, использовать оптимальные стили руководства командой в соответствии с поставленными задачами; УК-3.3.1 Навыками организации коммуникаций при реализации различных проектов в сфере креативных индустрий.
УК-6	УК-6.1.1 Принципы саморазвития и самообразования в контексте построения карьерной стратегии в связи с запросами рынка труда, технологии самоактуализации и повышения эффективности лидера; УК-6.2.1 Производить самооценку личности, определять ее виды и уровни, разрабатывать систему самоконтроля с целью оптимизации процесса развития карьеры, использовать технологии работы лидера в соответствии с личными

	целями и целями членов команд; УК-6.3.1 Методами целеполагания, навыками проведения анализа приоритетов индивидуальной стратегии развития карьеры с применением технологий саморегуляции, а также с применением современных форм и методов здоровьесберегающей деятельности;
Управление человеческими ресурсами в организациях креативных индустрий	
ПК-1	ПК-1.1.5 Характеристику стратегий развития организаций и их отдельных подразделений; принципы руководства подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти; ПК-1.2.5 Управлять организациями, подразделениями в предприятиях креативных индустрий; ПК-1.3.3 Навыками анализа последствий управления проектами и сетями.
Правовые основы защиты интеллектуальной собственности	
ОПК-5	ОПК-5.1.5 Основные положения нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность организаций отрасли креативных индустрий; ОПК-5.2.5 Анализировать нормативно-правовые акты при решении управленческих задач;
ПК-1	ПК-1.2.3 Разрабатывать и содержательно аргументировать возможные стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды; ПК-1.1.3 Методологию и методику системного и критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления;
Блок 1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Профессиональная социализация	
УК-6	УК-6.1.2 Теорию самоменеджмента и здоровьесберегающих технологий; УК-6.1.3 Особенности влияния профессиональных знаний на развитие профессиональных и личных качеств музейного специалиста; УК-6.2.2 Создавать индивидуальный профессионально образовательный маршрут в контексте непрерывного профессионального образования; УК-6.2.3 Организовывать собственную жизнедеятельность на основе здоровьесберегающих технологий; УК-6.2.4 Определять профессиональные приоритеты для развития профессиональных компетенций; УК-6.3.2 Приемами, методами, способами тайм-менеджмента; УК-6.3.3 Технологиями самоорганизации и здоровьесбережения.
Профессиональная деятельность в креативных индустриях (модуль)	
Введение в теорию и практику креативных индустрий	
ПК-4	ПК-4.1.1 Концептуальные рамки креативных индустрий, основные типологии, теории и практики, концепции и подходы; ПК-4.2.1 Ориентироваться в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания коммуникационного продукт; ПК-4.3.1 Навыками разработки коммуникационного продукта учитывая специфику креативных индустрий;
Событийный маркетинг	
ПК-4	ПК-4.1.2 Разновидности и особенности специального мероприятия в профессиональной сфере, творческого процесса создания сценария и воплощения события; ПК-4.2.2 Определяет оптимальные механизмы реализации творческого замысла в разработке сценария специальных мероприятий; ПК-4.3.5 Навыком разработки креативной идеи, концепции и сценарного хода специального мероприятия.
Бизнес проектирование и маркетинг креативных проектов	
ПК-4	ПК-4.1.3 Основные этапы бизнес-проектирования в профессиональной сфере с учетом специфики креативных индустрий; ПК-4.2.3 Использовать специальные методы маркетинга для бизнес-планирования и инвестиционного проектирования в креативных индустриях; ПК-4.3.2 Навыком исследования рынка креативных индустрий и его сегментов, тенденций изменения и развития;
Управление креативным продуктом	

ПК-4	ПК-4.1.3 Основные этапы бизнес-проектирования в профессиональной сфере с учетом специфики креативных индустрий; ПК-4.2.3 Использовать специальные методы маркетинга для бизнес-планирования и инвестиционного проектирования в креативных индустриях; ПК-4.3.2 Навыком исследования рынка креативных индустрий и его сегментов, тенденций изменения и развития;
Педагогические технологии (модуль)	
Технологии обучения и методики преподавания	
УК-5	УК-5.1.4 Теорию и технологии межкультурного взаимодействия; УК-5.2.4 Применять технологии межкультурного взаимодействия материале; УК-5.3.2 Навыками адаптации результатов научных изысканий в практической деятельности;
ПК-5	ПК-5.1.1 Традиционные и инновационные формы работы с аудиторией; ПК-5.2.1 Формулировать цель и задачи для работы с аудиторией; ПК-5.3.1 Навыками методического обеспечения работы с аудиторией;
Нормативно-правовая база образовательной деятельности	
УК-1	УК-1.2.2 Анализировать актуальную нормативно-правовую базу в сфере образовательной деятельности организаций в области креативных индустрий;
ПК-5	ПК-5.1.2 Теорию и методологию педагогики; ПК-5.2.2 Применять педагогические технологии в сфере профессионального образования; ПК-5.2.3 Планировать и организовывать педагогический процесс в образовательной организации; ПК-5.3.2 Педагогическими технологиями в сфере профессионального образования; ПК-5.3.3 Технологией разработки целевых программ повышения квалификации управленческих кадров.
Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	
Теория и практика кураторства	
ПК-3	ПК-3.1.1 Основные этапы развития кураторских практик и их теоретического осмысления в контексте развитии культуры и искусства; ПК-3.2.1 Описывать основные элементы кураторства как профессиональной практики и его коммуникационную специфику; ПК-3.3.1 Навыками описания специфики проекта, разработки эффективных экспозиционных и креативных решений в профессиональной сфере;
Междисциплинарные подходы к современной теории искусства	
ПК-3	ПК-3.1.2 Основные авторские подходы к современной теории искусства в контексте функционирования креативных индустрий в медиапространстве с учетом специфики имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.2.2 Создавать коммуникационный продукт, с учетом знаний о лучших мировых и отечественных практик и подходов осмысления современного искусства, а также с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-3.3.2 Навыками построения эффективной профессиональной деятельности по созданию авторских коммуникационных продуктов;
Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	
Урбанистика и дизайн пространства	
ПК-3	ПК-3.1.3 Значение урбанистики в авторской деятельность при осуществлении коммуникационной деятельности, используя основные понятия и термины урбанистики; ПК-3.2.3 Выявлять специфику организации дизайна среды и практики анализа городского пространства, с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.3.3 Навыками разработки коммуникационного продукта, основываясь на лучших практиках урбанистической аналитики;
Перформативные искусства	
ПК-3	ПК-3.1.2 Основные авторские подходы к современной теории искусства в контексте функционирования креативных индустрий в медиапространстве с учетом специфики имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.2.2 Создавать коммуникационный продукт, с учетом знаний о лучших мировых и отечественных практик и подходов осмысления современного искусства, а также с учетом специфики коммуникационных задач;

	ПК-3.3.2 Навыками построения эффективной профессиональной деятельности по созданию авторских коммуникационных продуктов;
Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	
Современные методы интерпретации культуры	
ПК-3	ПК-3.1.4 Современные методы и подходы осуществления деятельности по интерпретации культуры, аналитики культуры; ПК-3.2.4 Оценивать технологии формирования уважительного отношения к культурному достоянию у целевой и косвенной аудитории;
История и теория дизайна и моды	
ПК-3	ПК-3.1.5 Историю и теорию искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; ПК-3.2.5 Рассматривать произведения искусств и дизайна в широком культурноисторическом контексте; ПК-3.3.4 Способами применения знаний истории искусства и дизайна в профессиональной деятельности.
Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	
Управление инновациями в креативных индустриях	
ПК-4	ПК-4.1.4 Сущность проектирования в инновационных проектах в креативных индустриях; ПК-4.2.4 Разрабатывать инновационные проект в рамках избранной темы научного исследования; ПК-4.3.3 Навыками использования основных методов и инструментов проектирования;
Менеджмент культурных коммуникаций	
ПК-4	ПК-4.1.5 Специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов; ПК-4.2.5 Характеризовать общие и специфические приемы и методы управления коммуникациями, используемыми в креативной сфере; ПК-4.3.4 Выявлять драйверы роста креативных индустрий в контексте тенденций развития процесса культуры.
Блок 2. Практика	
Блок 2. Обязательная часть	
Производственная практика. Профессионально-творческая практика	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности
УК-2	УК-2.1.1 Основы подготовки, руководства и контроля за реализацией проектами;
УК-3	УК-3.1.1 Основные этапы командообразования, функции лидера в современном обществе, отечественные и зарубежные подходы к изучению лидерства и стилей руководства
УК-4	УК-4.1.1 Современные коммуникативные технологии;
УК-5	УК-5.1.5 Этапы развития публичных коммуникаций во взаимосвязи культурных процессов и развития общества;
УК-6	УК-6.1.1 Принципы саморазвития и самообразования в контексте построения карьерной стратегии в связи с запросами рынка труда, технологии самоактуализации и повышения эффективности лидера;
ОПК-1	ОПК-1.2.1 Анализировать и раскрывать на конкретных примерах актуальность медиафилософских, медиатеоретических и других профессиональных исследований; ОПК-1.3.1 Навыками исследования и анализа медиатекстов и медиакоммуникационных продуктов с учетом теоретических и философских моделей медиакоммуникаций.
ОПК-2	ОПК-2.2.1 Выделять корректные особенности публичной сферы во все исторические этапы европейской социальной истории; ОПК-2.3.1 Навыками раскрывать причинно-следственные связи в конкретных явлениях, тенденциях, основанных на взаимодействии общественных и государственных институтов, трансформациях коммуникативных взаимодействий
ОПК-3	ОПК-3.2.2 Основные принципы научно-исследовательской работы в профессиональной деятельности; ОПК-3.3.2 Анализировать научные исследования в менеджменте и в смежных

	областях профессиональной деятельности;
ОПК-4	ОПК-4.2.1 Реконструировать основные общесоциальные ценности в различные культурно-исторические эпохи на основании распространенные в данных культурных рамках публичные коммуникации; ОПК-4.3.1 Навыками прогнозирования наиболее востребованных видов публичных коммуникаций
ОПК-5	ОПК-5.2.1 Определять особенности публичного воздействия различных медиакоммуникационных практик; ОПК-5.3.1 Навыками прогнозирования наиболее актуальные виды публичных коммуникаций в сфере рекламы и PR;
ОПК-6	ОПК-6.2.1 Разрабатывать программу построения системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере креативных индустрий; ОПК-6.3.1 Основные инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций.
ОПК-7	ОПК-7.2.1 Применять принципы и технологии продвижения коммуникационного продукта с помощью комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций; ОПК-7.3.1 Комплексом интегрированных маркетинговых коммуникаций
Блок 2. Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Производственная практика. Научно-исследовательская практика	
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере; ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию.
ПК-3	ПК-3.1.1 Основные этапы развития кураторских практик и их теоретического осмысления в контексте развитии культуры и искусства; ПК-3.2.1 Описывать основные элементы кураторства как профессиональной практики и его коммуникационную специфику; ПК-3.3.1 Навыками описания специфики проекта, разработки эффективных экспозиционных и креативных решений в профессиональной сфере;
Производственная практика. Педагогическая практика	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности; УК-1.2.2 Анализировать актуальную нормативно-правовую базу в сфере образовательной деятельности организаций в области креативных индустрий; УК-1.3.1 Начальным опытом использования формул речевого этикета в различных ситуациях межкультурного профессионального общения.
ПК-5	ПК-5.1.1 Традиционные и инновационные формы работы с аудиторией; ПК-5.1.2 Теорию и методологию педагогики; ПК-5.2.1 Формулировать цель и задачи для работы с аудиторией; ПК-5.2.2 Применять педагогические технологии в сфере профессионального образования; ПК-5.3.2 Педагогическими технологиями в сфере профессионального образования; ПК-5.3.3 Технологией разработки целевых программ повышения квалификации управленческих кадров.
Производственная практика Научно-исследовательская работа	
ПК-1	ПК-1.1.3 Методологию и методику системного и критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления; ПК-1.2.1 Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-1.3.1 Навыками применения методики управления стратегическими организационными изменениями;
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере; ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию
ПК-3	ПК-3.1.1 Основные этапы развития кураторских практик и их теоретического осмысления в контексте развитии культуры и искусства; ПК-3.2.1 Описывать основные элементы кураторства как профессиональной

	практики и его коммуникационную специфику; ПК-3.3.1 Навыками описания специфики проекта, разработки эффективных экспозиционных и креативных решений в профессиональной сфере;
ПК-4	ПК-4.1.1 Концептуальные рамки креативных индустрий, основные типологии, теории и практики, концепции и подходы; ПК-4.2.1 Ориентироваться в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания коммуникационного продукт; ПК-4.3.1 Навыками разработки коммуникационного продукта учитывая специфику креативных индустрий;
Производственная практика. Преддипломная практика	
ПК-1	ПК-1.1.1 Структуры управления организацией, анализ ее эффективности применительно к рыночным условиям хозяйствования на основе ее сравнения со структурой передовых организаций, выпускающих аналогичную продукцию в сфере креативных индустрий; ПК-1.1.2 Принципы функционирования и методы применения цифровых технологий, используемых в профессиональной сфере; ПК-1.1.3 Методологию и методику системного и критического анализа проблемных ситуаций, стратегического управления; ПК-1.1.4 Роль маркетингового подхода и маркетинговых исследований в деятельности предприятия, особенно при разработке стратегии его развития; ПК-1.1.5 Характеристику стратегий развития организаций и их отдельных подразделений; принципы руководства подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти; ПК-1.2.1 Анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений; ПК-1.2.2 Применять цифровые технологии в управлении коммуникационной стратегией компании и организацией ее коммуникационной деятельности в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы; ПК-1.2.3 Разрабатывать и содержательно аргументировать возможные стратегии решения проблемной ситуации на основе системного и междисциплинарного подходов с учетом параметров социокультурной среды; ПК-1.2.4 Применять приемы изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия; ПК-1.2.5 Управлять организациями, подразделениями в предприятиях креативных индустрий; ПК-1.3.1 Навыками применения методики управления стратегическими организационными изменениями; ПК-1.3.2 Маркетинговым подходом к проблеме изучения внешней среды предприятия; ПК-1.3.3 Навыками анализа последствий управления проектами и сетями.
ПК-2	ПК-2.1.1 Количественные и качественные методы исследований в области менеджмента профессиональной деятельности; ПК-2.1.2 Методику научно-исследовательской работы и основы системного подхода к научному исследованию; основные виды внедрения результатов научно-исследовательских разработок в проектирование; ПК-2.2.1 Проводить научно-исследовательскую работу в профессиональной сфере; ПК-2.3.1 Методикой научно-исследовательской работы и основами системного подхода к научному исследованию.
ПК-3	ПК-3.1.1 Основные этапы развития кураторских практик и их теоретического осмысления в контексте развитии культуры и искусства; ПК-3.1.2 Основные авторские подходы к современной теории искусства в контексте функционирования креативных индустрий в медиапространстве с учетом специфики имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.1.3 Значение урбанистики в авторской деятельность при осуществлении коммуникационной деятельности, используя основные понятия и термины урбанистики; ПК-3.1.4 Современные методы и подходы осуществления деятельности по

	интерпретации культуры, аналитики культуры; ПК-3.1.5 Историю и теорию искусств и дизайна, их важность в профессиональной деятельности; ПК-3.2.1 Описывать основные элементы кураторства как профессиональной практики и его коммуникационную специфику; ПК-3.2.2 Создавать коммуникационный продукт, с учетом знаний о лучших мировых и отечественных практик и подходов осмысления современного искусства, а также с учетом специфики коммуникационных задач; ПК-3.2.3 Выявлять специфику организации дизайна среды и практики анализа городского пространства, с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-3.2.4 Оценивать технологии формирования уважительного отношения к культурному достоянию у целевой и косвенной аудитории; ПК-3.2.5 Рассматривать произведения искусств и дизайна в широком культурноисторическом контексте; ПК-3.3.1 Навыками описания специфики проекта, разработки эффективных экспозиционных и креативных решений в профессиональной сфере; ПК-3.3.2 Навыками построения эффективной профессиональной деятельности по созданию авторских коммуникационных продуктов; ПК-3.3.3 Навыками разработки коммуникационного продукта, основываясь на лучших практиках урбанистической аналитики; ПК-3.3.4 Способами применения знаний истории искусства и дизайна в профессиональной деятельности.
ПК-4	ПК-4.1.1 Концептуальные рамки креативных индустрий, основные типологии, теории и практики, концепции и подходы; ПК-4.1.2 Разновидности и особенности специального мероприятия в профессиональной сфере, творческого процесса создания сценария и воплощения события; ПК-4.1.3 Основные этапы бизнес-проектирования в профессиональной сфере с учетом специфики креативных индустрий; ПК-4.1.4 Сущность проектирования в инновационных проектах в креативных индустриях; ПК-4.1.5 Специфику управления коммуникациями в сфере креативных индустрий в аспекте динамики культурных процессов; **Уметь:** ПК-4.2.1 Ориентироваться в видах и специфических сторонах функционирования креативных индустрий с целью создания коммуникационного продукт; ПК-4.2.2 Определяет оптимальные механизмы реализации творческого замысла в разработке сценария специальных мероприятий; ПК-4.2.3 Использовать специальные методы маркетинга для бизнес-планирования и инвестиционного проектирования в креативных индустриях; ПК-4.2.4 Разрабатывать инновационные проект в рамках избранной темы научного исследования; ПК-4.2.5 Характеризовать общие и специфические приемы и методы управления коммуникациями, используемыми в креативной сфере; **Владеть:** ПК-4.3.1 Навыками разработки коммуникационного продукта учитывая специфику креативных индустрий; ПК-4.3.2 Навыком исследования рынка креативных индустрий и его сегментов, тенденций изменения и развития; ПК-4.3.3 Навыками использования основных методов и инструментов проектирования; ПК-4.3.4 Выявлять драйверы роста креативных индустрий в контексте тенденций развития процесса культуры. ПК-4.3.5 Навыком разработки креативной идеи, концепции и сценарного хода специального мероприятия.
ПК-5	ПК-5.1.1 Традиционные и инновационные формы работы с аудиторией; ПК-5.1.2 Теорию и методологию педагогики; ПК-5.2.1 Формулировать цель и задачи для работы с аудиторией; ПК-5.2.2 Применять педагогические технологии в сфере профессионального

	образования; ПК-5.2.3 Планировать и организовывать педагогический процесс в образовательной организации; ПК-5.3.1 Навыками методического обеспечения работы с аудиторией; ПК-5.3.2 Педагогическими технологиями в сфере профессионального образования; ПК-5.3.3 Технологией разработки целевых программ повышения квалификации управленческих кадров.
Блок 3. Государственная итоговая аттестация	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Факультативные дисциплины	
История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью	
УК-5	УК-5.1.5 Этапы развития публичных коммуникаций во взаимосвязи культурных процессов и развития общества; УК-5.2.5 Выявлять специфические коммуникативные практики в межкультурном взаимодействии; УК-5.3.3 Методами анализа и характеризует специфику межкультурного взаимодействия в истории рекламы и связей с общественностью, предлагает лучшие практики их реализации;
Методы принятия управленческих решений	
УК-1	УК-1.1.1 Основы профессиональной культуры научных исследований в профессиональной деятельности; УК-1.2.1 Свободно и целенаправленно использовать полученные знания для решения практических задач в условиях письменной форм профессиональной коммуникации;
ПК-1	ПК-1.1.1 Структуры управления организацией, анализ ее эффективности применительно к рыночным условиям хозяйствования на основе ее сравнения со структурой передовых организаций, выпускающих аналогичную продукцию в сфере креативных индустрий;

5 Условия реализации программы магистратуры

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.

5.1. Общесистемные требования к реализации программы магистратуры

Реализация программы магистратуры полностью обеспечена материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам, для проведения всех видов дисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (далее – ЭИОС) НГУАДИ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории НГУАДИ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда НГУАДИ обеспечивает:

– доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

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

В случае реализации программы магистратуры с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий ЭИОС НГУАДИ дополнительно обеспечивает:

– фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения образовательной программы магистратуры;

– проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

– взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».

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

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья (по их письменному заявлению).

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

Помещения НГУАДИ 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 НГУАДИ.

НГУАДИ 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).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектовывается 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.

Обучающиеся обеспечиваются доступом (удаленным доступом), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

5.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы магистратуры обеспечена педагогическими работниками НГУАДИ, а также лицами, привлекаемыми НГУАДИ к реализации программы магистратуры на иных условиях.

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

Не менее 75 процентов численности педагогических работников НГУАДИ, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых НГУАДИ 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 процентов численности педагогических работников НГУАДИ, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых НГУАДИ 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 НГУАДИ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности НГУАДИ 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).

К педагогическим работникам и лицам, привлекаемым к образовательной деятельности НГУАДИ на иных условиях, с учеными степенями и (или) учеными званиями приравниваются лица без ученых степеней и званий, имеющие в соответствующей профессиональной сфере государственные почетные звания Российской Федерации (Народный артист Российской Федерации, Заслуженный деятель искусств Российской Федерации, Заслуженный артист Российской Федерации, Заслуженный работник культуры Российской Федерации, Почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации), члены творческих союзов, лауреаты государственных премий в области культуры и искусства.

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

5.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации программы магистратуры осуществляется 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.

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

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках систем внутренней оценки и системы внешней оценки.

Университет гарантирует качество подготовки обучающихся при реализации программы магистратуры на основе ФГОС, в том числе за счет:

– мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ (не реже одного раза в четыре года);

– разработки объективных процедур оценивания уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

– объективность может обеспечиваться за счет реализации механизмов многосторонней оценки качества подготовки со стороны НГУАДИ и работодателей;

– обеспечения компетентности преподавательского состава за счет интеграции с научными институтами, высокотехнологичными компаниями и работодателями.

Механизмами взаимодействия с работодателями для гарантии качества подготовки по программе магистратуры являются участие в оценке качества подготовки выпускников представителей потенциальных работодателей в рамках государственной итоговой аттестации.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей образовательной программы.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГУАДИ создает оценочные материалы (фонды оценочных средств), позволяющие оценить достижение запланированных в программе магистратуры результатов ее освоения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Обучающимся предоставляется возможность оценивания содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы научно-педагогических работников. Оценка качества подготовки по программе магистратуры проводится на основе анкетирования обучающихся, а также выпускников, завершивших обучение по программе.

Государственная итоговая аттестация включает выполнение и защиту выпускной квалификационной работы, оформленной в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

6 Оценка качества подготовки выпускников по программе магистратуры

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе магистратуры определяется в рамках систем внутренней оценки и системы внешней оценки.

Университет гарантирует качество подготовки обучающихся при реализации образовательной программы магистратуры на основе ФГОС, в том числе за счет:

– мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ (не реже одного раза в два года);

– разработки объективных процедур оценивания уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

– объективность может обеспечиваться за счет реализации механизмов многосторонней оценки качества подготовки со стороны НГУАДИ, выпускника, обучающегося (самооценка), работодателя;

– обеспечения компетентности преподавательского состава за счет интеграции с научными институтами, высокотехнологичными компаниями и другими работодателями.

Механизмами взаимодействия с работодателями для гарантии качества подготовки по программе магистратуры являются участие в оценке качества подготовки выпускников представителей потенциальных работодателей в рамках государственной итоговой аттестации.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе магистратуры в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе магистратуры требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей образовательной программы.

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

Оценка качества освоения обучающимися программы магистратуры включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (в том числе особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья) устанавливаются в рабочих программах дисциплин (модулей) и практик, программах научных исследований и доводятся до сведения обучающихся в начале соответствующего семестра.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГУАДИ создает фонды оценочных средств, позволяющие оценить достижение запланированных в программе магистратуры результатов ее освоения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Обучающимся предоставляется возможность оценивания содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы научно-педагогических работников. Оценка качества подготовки по

программе магистратуры проводится на основе анкетирования обучающихся, а также выпускников, завершивших обучение по программе более двух лет назад. Анкетирование проводится не реже одного раза в два года.

Государственная итоговая аттестация включает выполнение и защиту выпускной квалификационной работы, оформленной в соответствии с требованиями, устанавливаемыми Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

На государственную итоговую аттестацию выносятся разделы образовательной программы магистратуры, результаты освоения которых имеют определяющее значение для профессиональной деятельности выпускников.

7 Особенности реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья проводится в зависимости от их индивидуальных потребностей, в т.ч. по индивидуальному учебному плану и с применением адаптированных программ дисциплин (модулей) и практик. При необходимости обучающимся инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется социально-психологическая помощь и сопровождение.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья НГУАДИ вправе продлить срок освоении образовательной программы не более чем на полгода по сравнению со сроком, установленным для соответствующей формы обучения.

Выбор мест прохождения практик инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляется с учетом их состояние здоровья и требований по доступности.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

НГУАДИ устанавливает требования к процедуре проведения государственных аттестационных испытаний, в том числе для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями, с учетом состояния их здоровья на основе действующих нормативных актов.

8 Особенности реализации программы воспитания обучающихся в рамках реализуемой образовательной программы

В соответствии с действующими нормативно-правовыми актами Министерства науки и высшего образования РФ, разработана и постоянно совершенствуется программа воспитания обучающихся НГУАДИ. В соответствии с Программой ежегодно разрабатывается и утверждается на ученом совете университета календарный план воспитательной работы.

Основными направлениями воспитательной деятельности выступают: гражданское, патриотическое, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, экологическое, физическое и другие направления.

В рамках программы воспитательной деятельности в частности реализуются дисциплины по тематике профессиональной социализации, а также мероприятия по содействию прохождения производственной практики и профилактики трудоустройства обучающихся и выпускников НГУАДИ, выездные экскурсионные программы, семинары, конференции, культурно-массовые и спортивные мероприятия, мастер-классы в профессиональной деятельности, соответствующей реализуемой образовательной

программе. К реализации программы воспитательной деятельности привлекаются все участники образовательного процесса: студенческое самоуправление, обучающиеся, деканат, кафедры, мастерские и другие структурные подразделения НГУАДИ.