

**Межгосударственная образовательная организация высшего
образования**

«Российско-Армянский университет»



Утверждено УС РАУ

Ректор

Сандоян Э. М.

«15» март 2026, протокол № 9

ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Стратегические коммуникации в рекламе и СО

Форма обучения: очная

Программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО № 528 от 8 июня 2017 г.

Согласовано:

Директор Института Медиа, Рекламы и Кино

Маркарян К.В.


(подпись)

ВрИО заведующего Кафедрой Креативных Индустрий

Кеворкова Н.И.


(подпись)

Руководитель образовательной программы

Яникян Я.В.


(подпись)

1. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы

1.1 Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа (далее - ОПОП), реализуемая Межгосударственной образовательной организацией высшего образования «Российско-Армянский университет» по направлению подготовки **«42.04.01 Реклама и связи с общественностью»**.

ОПОП соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки магистратуры **«42.04.01» (Реклама и связи с общественностью)» (утвержден № 528 от 8 июня 2017 г.)**.

Образовательная программа магистратуры осуществляется в очной форме.

Срок получения образования по программе составляет 2 года.

Объем программы бакалавриата Объем программы бакалавриата составляет - 120 зачетных единиц.

2. Содержание программы

Образовательная программа 42.04.01 – Реклама и связи с общественностью представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную высшим учебным заведением с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего профессионального образования (ФГОС ВО). ОП включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных дисциплин и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практики, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие соответствующей образовательной технологии.

В условиях глобальных миграционных процессов и изменения геополитических векторов критически важным становится умение выстраивать диалог между различными социальными, этническими и культурными группами. Настоящим вызовом для бизнеса, государственных институтов и некоммерческого сектора стал дефицит доверия и фрагментация аудитории.

В связи с этим актуальность программы подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью» заключается в подготовке коммуникационных лидеров, которые видят организацию как единую систему и способны выстраивать гармоничные,

эффективные и этические связи со всеми целевыми аудиториями — от конечного потребителя и собственного сотрудника до органов государственной власти и мирового сообщества в целом.

Программа формирует у студентов высокую межкультурную компетентность, эмпатию и этическую ответственность, что позволяет предотвращать коммуникативные конфликты и создавать социально значимые проекты. Специфика программы — в переходе от «производства контента» к «управлению взаимоотношениями».

Цель МОП «Стратегические коммуникации в рекламе и СО» по направлению «Реклама и связи с общественностью» в области качества - подготовка элитных профессиональных кадров, обладающих развитым стратегическим мышлением, лидерскими качествами и системными компетенциями, способных проектировать, реализовывать и оценивать эффективность коммуникационных стратегий любого уровня сложности в условиях высокотехнологичной и динамичной цифровой среды.

Задачами являются:

- Обеспечить фундаментальными знаниями в области истории, психологии и социологии, массовых и межкультурных коммуникаций, современных информационных технологий, семиотики.
- Сформировать прикладные навыки работы с инструментами аналитики, рекламы, системами мониторинга и графическими пакетами.
- Обучить методологиям управления проектами, бюджетированию, медиапланированию и технологиям эффективного командного взаимодействия.
- Развить способность самостоятельно проводить качественные и количественные исследования рынка, аудитории и конкурентов с применением современных социологических и маркетинговых методов.
- Сформировать устойчивое понимание правовых границ профессии (законодательство о рекламе, СМИ, интеллектуальной собственности, информационной безопасности) и этических кодексов профессионального коммуникатора.

Образовательная программа декларирует безоговорочный приоритет качества образовательных услуг и отличается постоянным ростом стандартов обучения, оптимизацией внутренних процессов, студентоцентрированный подход при помощи превентивного выявления и удовлетворения образовательных запросов студентов, минимизации рисков рекламаций и жалоб со стороны обучающихся через развитие прозрачных каналов обратной связи, максимизации удовлетворенности.

2.1. Область профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (специалитета, магистратуры), могут осуществлять профессиональную деятельность:

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

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 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	
06.009	Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
06.013	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)

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. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники могут готовиться к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский;
- организационно-управленческий;
- проектно-аналитический;
- производственно-технологический;
- научно-исследовательский;
- педагогический.

2.3 В рамках освоения программы магистратуры входят учебная и производственная практики:

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

2.4 В блок Государственной итоговой аттестации могут входить:

- выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения программы магистратуры определены в Приложении 1 к ООП

Приложение 1

[illegible]