

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: «Реклама и медиакоммуникации», направление – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Миссия программы – подготовка высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и медиакоммуникаций, владеющих методами решения коммуникационных проблем в деятельности компаний и организаций, владеющих эффективными методами разработки и внедрения коммуникационных технологий.

Цель ОПОП - подготовка в соответствии с требованиями профессиональных стандартов и потребностей рынка труда специалиста в области рекламы и медиакоммуникаций, способного самостоятельно разрабатывать и внедрять инновационные рекламные и медиатехнологии; формирование социально-личностных качеств выпускника, формирование способности к ведению научно-исследовательской деятельности.

Области и сферы профессиональной деятельности выпускника

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения и распространения продукции средств массовой информации)

Выпускники подготовлены для осуществления коммуникационной деятельности государственных, некоммерческих, общественных организаций, компаний и предприятий по разработке, созданию медиапродукта и его продвижению в условиях цифровизации.

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

Краткая характеристика содержания программы.

Основная образовательная программа имеет универсальную направленность, ориентированность на практическое применение знаний, основана на применении активных методов обучения. Включает лекционные курсы отечественных и зарубежных топ-менеджеров и практиков коммуникационных агентств, имеющих опыт решения управленческих проблем по разработке, созданию медиапродукта и его продвижению в условиях цифровизации, владеющих эффективными методами технологической и организационной модернизации медиакоммуникаций.

Обучение по образовательной программе осуществляется в **очной** форме, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Методы обучения: традиционные (лекции, семинары, практические занятия); активные (игровые семинары, кейс-методы,

тренинги, мастер-классы, презентации, дискуссии, ролевые и деловые игры), индивидуальные планы и консультации.

Электронное обучение, дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Выпускник, освоивший данную образовательную программу, в соответствии с указанными типами задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована данная образовательная программа, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

- редакторские:

- создавать медиапродукты и медиатексты для размещения в интернет-изданиях, печатных СМИ, на радио и телевидении;

- редактировать для размещения в медиaprостранстве тексты различной сложности;

- разрабатывать концепцию издания для размещения в медиaprостранстве.

- проектные:

- медиапланирование в деятельности компании или организации;

- разработка стратегий по управлению общественным мнением с целью обеспечения коммуникационной безопасности;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

- маркетинговые:

- участие в управлении коммуникационной деятельностью компании;

- разработка коммуникационных стратегий и проектов по продвижению компаний и организаций;

- организационные:

- организация работы отдела по связям с общественностью, рекламного агентства, пресс-службы компании или организации;

- оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

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

Учебный план предусматривает возможность освоения обучающимися факультативных дисциплин, объем которых не учитывается в общем объеме образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация включает подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена; выполнение и защиту выпускной квалификационной работы. При успешном завершении обучения по программе выпускнику присваивается квалификация «бакалавр».

Краткое описание профессиональных модулей программы

Наименование профессионального модуля:

Профессиональный модуль по направленности (профилю)

«Реклама и медиакоммуникации»

Описание специализации/профессионального модуля:

Студенты изучают основы теории коммуникаций, технологии рекламы и связей с общественностью, теорию и практику медиакоммуникаций, медиапланирование, управление проектами в рекламе и связях с общественностью, работу с текстами в рекламе и связях с общественностью, редактирование текстов в рекламе и связях с общественностью, технологии управления общественным мнением, основы фотографии и дизайна.

Ресурсы программы

Современный практико-ориентированный подход в обучении предполагает получение студентами академических знаний параллельно с формированием профессиональных компетенций. Научно-исследовательский потенциал университета включает научные школы, 40 научно-исследовательских центров и лабораторий, студенческое научное общество, обширную электронную библиотеку, пресс-службу.

Для активной учебной, практической и научной работы в Институте экономики и управления АПК, в структуру которого входит кафедра связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма, имеется специализированное техническое оборудование.

Перспективы трудоустройства, профессиональной и/или научной деятельности. Выпускники бакалавриата могут продолжить обучение в магистратуре, в том числе по индивидуальному графику совмещая учебу с работой, востребованы в крупных коммуникационных агентствах полного цикла, отделах по связям с общественностью в крупных компаниях и организациях, в пресс-службах и редакциях различных медиахолдингов.

Условия приема

К освоению данной образовательной программы допускаются лица, имеющие документ государственного образца о среднем общем образовании, или документ о среднем профессиональном образовании и о квалификации, или документ о высшем образовании и о квалификации. Прием на данную образовательную программу осуществляется на конкурсной основе в соответствии с правилами приема РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева.

Контакты:

Руководитель программы – Евграфова Людмила Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева; тел.: +7 926 698-61-21; email: lyudmilaevgrafova@rgau-msha.ru

127550, г. Москва, Лиственничная аллея, д. 4А (учебный корпус № 1), каб. 506, 507

<http://www.timacad.ru/education/instituty/institut-ekonomiki-i-upravleniia-apk/kafedra-svyaizei-s-obshchestvennostiu-rechevoi-kommunikatsii-i-turizma>