

УТВЕРЖДАЮ

Директор

АНО ВО «Универсальный Университет»

_____ Е.В.Черкес-заде
“ _____ ” _____ 2024 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	45.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль) подготовки:	Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

Москва 2024

Содержание

	стр.
Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы «Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	4
1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	4
1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	5
1.4. Перечень сокращений	6
Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	7
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	7
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных со стандартом ВО 42.03.05 «Медиакоммуникации»	7
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников	7
Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	10
3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками	10
3.2. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	10
3.3. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	12
3.4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	14
Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	16
4.1. Требования к структуре и содержанию основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	16
4.2. Календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	16
4.3. Учебный план основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	18
4.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик	18
4.5. Фонды оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам	19
4.6. Программы итоговой аттестации	19

Раздел 5. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	20
5.1. Общесистемные условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	20
5.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	21
5.3. Кадровое обеспечение реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	27
5.4. Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	28
5.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной программе «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	28
Раздел 6. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	30
Приложения	30

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Назначение основной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» (далее – ОПОП ВО), разработанной АНО ВО «Универсальный Университет» (далее Университет) по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» на основе соответствующего образовательного стандарта высшего образования 42.03.05 «Медиакоммуникации», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527 – подготовка выпускника, который способен, опираясь на полученные углубленные знания, умения и сформированные компетенции, самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности в области цифрового и рекламного маркетинга.

Обучение на программе «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации» с присвоением квалификации «бакалавр» осуществляется в очной форме.

1.2. Нормативные документы для разработки основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Нормативно-правовую базу разработки ОПОП ВО составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года №273-ФЗ (в действующей редакции);
- Федеральный закон «О внесении изменений в ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся» (от 31 июля 2020 года № 304-ФЗ)
- Федеральный закон от 02.12.2019 N 403-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»
- Приказ Минобрнауки России от 06 апреля 2021 года № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;
- И другие нормативно-методические документы Министерства образования и науки Российской Федерации;
- Устав Университета;
- Правила внутреннего распорядка АНО ВО «Универсальный Университет»;
- Положение о порядке разработки и утверждения образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и программ бакалавриата АНО ВО «Универсальный Университет»;
- Положение о порядке разработки и утверждения рабочих программ дисциплин АНО ВО «Универсальный Университет»;
- Положение о промежуточной аттестации обучающихся АНО ВО «Универсальный Университет»;
- Положение об организации и проведении государственной итоговой аттестации студентов образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата АНО ВО «Универсальный Университет»;
- Прочие положения и регламенты АНО ВО «Универсальный Университет».

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

1.3.1. Миссия, цели и задачи основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Миссия ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», профиль «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» состоит в подготовке конкурентоспособных, высококвалифицированных специалистов, способных к творческому решению практических задач профессиональной деятельности на основе развития навыков и умений в области управления проектами по развитию креативных индустрий с учетом правовой, экономической и культурной специфики.

Целью программы является подготовка специалистов, обладающих современными знаниями и практическими навыками в сфере бренд-менеджмента и цифрового маркетинга креативных индустрий, а также широким спектром компетенций, необходимых для дальнейшего применения в современной творческой и культурной бизнес-среде.

Основными задачами программы являются:

- 1) обеспечение качественного образования через интеграцию образования, науки и практического обучения студентов;
- 2) разработка и внедрение образовательных технологий, отвечающих современным научно-техническим достижениям и обеспечивающих высокий уровень образования;
- 3) выработка у студентов способностей и навыков управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни, осуществлять социальное взаимодействие в межкультурной и межнациональной среде;
- 4) развитие социального статуса личности студента - совокупность моральных принципов поведения и деятельности, система профессиональных ценностей и установок;
- 5) воспитание профессиональной осведомленности студентов в области бренд-менеджмента и маркетинга в сфере креативных индустрий, использования современных информационных технологий в управлении на основе компетентного подхода.

1.3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

По завершении освоения ОПОП ВО после успешные прохождения итоговой аттестации выпускнику присваивается квалификация «бакалавр».

1.3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Объем ОПОП ВО по направлению подготовки за весь период обучения в соответствии со стандартом высшего образования 42.03.05 «Медиакоммуникации», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527 по данному направлению подготовки – 240 з.е.

Объем ОПОП ВО, реализуемый за один учебный год, составляет 60 з.е.

Объем ОПОП ВО за один учебный год при обучении по индивидуальному учебному плану вне зависимости от формы обучения не может составлять более 70 з.е.; при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

1.3.4. Формы обучения

Очная.

1.3.5. Срок получения образования

4 года.

1.4. Перечень сокращений

- ЕКС – единый квалификационный справочник
- з.е. – зачетная единица
- ОПОП ВО – основная профессиональная образовательная программа высшего образования
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ДОПК – дополнительные общепрофессиональные компетенции
- ПК – профессиональные компетенции
- ПС – профессиональный стандарт
- УГСН – укрупненная группа направлений и специальностей
- УК – универсальные компетенции
- ФЗ – Федеральный закон
- ТФ - трудовая функция;
- ТД - трудовое действие.
- ЦК – цифровые компетенции

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

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

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

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

- Проектный
- Маркетинговый
- Организационный

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных со стандартом высшего образования 42.03.05 «Медиакоммуникации», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки, приведен в Приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ высшего образования - программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», представлен в Приложении 2.

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	Маркетинговый	<ul style="list-style-type: none">• Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ• Организация маркетинговых исследований в области СМИ• Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	<ul style="list-style-type: none">• Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ• Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность• Маркетинговые технологии• Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного

			представления информации Нормативные правовые акты, регулирующие предпринимательскую деятельность
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	Организационный	<ul style="list-style-type: none"> • Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами • Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ • Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ • Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи 	<ul style="list-style-type: none"> • Специфика профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера) • Методы эффективного менеджмента • Основы бухгалтерского учета • Цели и задачи планируемого продукта телерадиовещательных СМИ • Социальные и психологические характеристики целевой аудитории • Мировые тенденции развития сферы СМИ (содержательные и технологические) • Методы производства мультимедийных продуктов, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для теле- и радиовещания • Инновационный опыт в сфере СМИ
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия	Проектный	<ul style="list-style-type: none"> • Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ • Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ • Организация финансирования создания нового 	<ul style="list-style-type: none"> • Особенности целевой аудитории, ее социальные и психологические характеристики • Современные информационно-коммуникационные технологии • Информационная специализация СМИ • Конъюнктура медийного рынка,

		<p>продукта телерадиовещательных СМИ</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов 	<p>мировые тенденции в медиаиндустрии</p> <ul style="list-style-type: none"> • Корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ • Законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации
--	--	---	--

Раздел 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками

Результаты освоения ОПОП ВО определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности. В результате освоения ОПОП ВО у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные данной программой.

3.2. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результаты анализа поставленной задачи УК-1.2. Разрабатывает варианты решения проблемной ситуации на основе критического анализа доступных источников информации УК-1.3. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Понимает базовые принципы постановки задач и выработки решений УК-2.2. Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций УК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1. Выбирает на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами УК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках УК-4.3. Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах

		УК-4.4. Умеет выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного(-ых) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(-ые)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-5.2. Понимает необходимость восприятия и учета межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах УК-5.3. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям УК-5.4. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп УК-5.5. Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира УК-5.6. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личного характера
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1. Адекватно оценивает временные ресурсы и ограничения и эффективно использует эти ресурсы УК-6.2. Выстраивает и реализует персональную траекторию непрерывного образования и саморазвития на его основе
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Рассматривает нормы здорового образа жизни как основу для полноценной социальной и профессиональной деятельности УК-7.2. Выбирает и использует здоровьесберегающие приемы физической культуры для укрепления организма в целях осуществления

		полноценной профессиональной и другой деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Применяет теоретические и практические знания и навыки для обеспечения безопасных условий жизнедеятельности в бытовой и профессиональной сферах и сохранения природной среды УК-8.2. Осуществляет оперативные действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций и/или их последствий, в том числе при угрозе и возникновении военных конфликтов УК-8.3. Применяет в своей деятельности основные цели устойчивого развития общества
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1 Реализует гражданские права и осознанно участвует в жизни общества, противодействует проявлениям экстремизма, терроризма и коррупционного поведения УК-10.2 Следует базовым этическим ценностям, демонстрируя нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению

3.3. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
--	---	---

<p>ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает принципы и структуру создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Выполняет медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты, востребованные обществом и индустрией</p>
<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.1. Знает современные тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК-2.2. Использует современные тенденции развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах для их разностороннего освещения</p>
<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1. Осуществляет сбор, анализ и обработку многообразия достижений отечественной и мировой культуры ОПК-3.2. Использует в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов многообразие достижений отечественной и мировой культуры</p>
<p>ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Знает запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.2. Умеет анализировать и обрабатывать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности ОПК-4.3. Принимает участие в формулировании ответов на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их</p>	<p>ОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования</p>

<p>функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.2. Применяет тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования ОПК-5.3. Учитывает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования в профессиональной деятельности</p>
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. Ориентируется в современных информационных технологиях, используемых в маркетинге ОПК-6.2. Демонстрирует готовность решать профессиональные задачи с использованием современных информационных технологий и программных средств ОПК-6.3. Использует информационные технологии для анализа информации в контексте решения профессиональных задач</p>
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности ОПК-7.2. Анализирует эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности ОПК-7.3. Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности</p>

3.4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта ¹)
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый		
ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования ПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные	06 Связь, информационные и коммуникационные технологии Профессиональный стандарт 06.009 " Специалист по продвижению и

¹ Под анализом опыта понимается анализ отечественного и зарубежного опыта, международных норм и стандартов, форум-сессии, фокус-группы и пр.

	<p>результаты исследования</p> <p>ПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг</p> <p>ПК-1.4. Осуществляет подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования</p>	<p>распространению продукции средств массовой информации "</p> <p>В/02.6 Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ</p>
Тип задач профессиональной деятельности: организационный		
<p>ПК-2 Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий</p>	<p>ИПК-2.1 Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку предложений по инициированию и планированию проекта в сфере креативных индустрий</p> <p>ИПК-2.2 Принимает участие в процессе подготовки решений по организации и контролю исполнения проекта в сфере креативных индустрий</p> <p>ИПК -2.3 Участвует в составлении и реализации инвестиционного и финансового плана в процессе управления проектом в сфере креативных индустрий</p> <p>ИПК-2.4 Участвует в подготовке предложений по организации передачи заказчику результатов проекта, закрытию контрактов, завершению процессов проекта, сохранению накопленного опыта</p>	<p>11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия</p> <p>Профессиональный стандарт 11.005 " Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации"</p> <p>А/05.6 Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами</p> <p>А/06.6 Организация деятельности рабочей группы по созданию нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>В/03.7 Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи</p>
Тип задач профессиональной деятельности: проектный		
<p>ПК-3 Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>	<p>ПК-3.1 Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p> <p>ИПК-3.2 Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий</p> <p>ИПК -3.3 Принимает участие в</p>	<p>11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия</p> <p>Профессиональный стандарт 11.005 " Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации"</p> <p>А/01.6 Определение формата, тематики и оценка материала для нового</p>

	<p>ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов</p> <p>ИПК-3.4 Участвует в координации процесса прекращения деятельности по решению предпринимательских задач разработки и выполнения бизнес-проектов в сфере креативных индустрий</p>	<p>продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>А/03.6 Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>А/04.6 Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ</p> <p>В/02.7 Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов</p>
<p>ПК-4. Способен организовывать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>ИПК-4.1. Осуществляет планирование, организацию сбора и обработку первичной и вторичной маркетинговой информации</p> <p>ИПК-4.2. Использует основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования</p> <p>ИПК-4.3. Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>06 Связь, информационные и коммуникационные технологии</p> <p>Профессиональный стандарт 06.009 " Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации "</p> <p>В/01.6 Организация маркетинговых исследований в области СМИ</p> <p>В/04.6 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1 Требования к структуре и содержанию основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» №273-ФЗ от 29 декабря 2012 года, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 245 от 06 апреля 2021 года и стандартом высшего образования 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527, содержание и организация образовательного процесса при реализации ОПОП ВО регламентируется учебным планом; рабочими программами дисциплин (модулей); рабочими программами учебных и производственных практик; программой ИА, другими материалами,

обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся, а также методическими материалами, обеспечивающими реализацию соответствующих образовательных технологий. Совокупность документов, регламентирующих содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО:

- Учебный план, включая календарный график, матрицу компетенций с распределением по дисциплинам;
- Рабочие программы дисциплин (модулей) и программы практик;
- Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы;
- Фонды оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам;
- Программы Итоговой аттестации.

4.2 Календарный учебный график основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Календарный учебный график устанавливает последовательность реализации ОПОП ВО по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и государственную итоговую аттестации, каникулы обучающихся.

4.3 Учебный план основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Учебный план составлен в соответствии со стандартом высшего образования 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527 и предусматривает изучение следующих блоков (Приложение 4):

Структура программы бакалавриата		Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	204
Блок 2	Практика	27
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9
Объем программы бакалавриата		240

При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей).

Факультативные дисциплины не включаются в объем программы бакалавриата.

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

К обязательной части программы бакалавриата относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, дополнительных общепрофессиональных компетенций и частично - универсальных и цифровых компетенций.

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет 51,5 процента от общего объема программы бакалавриата.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений, состоит из дисциплин и практик, которые определяют направленность (профиль) программы и обеспечивают формирование профессиональных компетенций и частично – универсальных компетенций.

Раздел ОПОП ВО «Практика», целью которой является закрепление знаний и умений, приобретаемых в рамках теоретического обучения, а также обеспечение приобретения профессиональных умений и навыков, состоит из учебной и производственной практики.

Тип учебной практики:

Профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

Профессионально-творческая практика;

преддипломная практика.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

- подготовка к сдаче и сдача итогового экзамена;

- подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Учебный план образовательной программы размещен на сайте АНО ВО «Универсальный Университет» «Сведения об образовательной организации», подраздел «Образование».

Матрица компетенций обеспечивает закрепление установленных данной программой компетенций за определенными дисциплинами (модулями) и всеми типами практик учебного

плана ОПОП ВО. Целью матрицы компетенций является наглядное отражение формирования компетенций в рамках дисциплин (модулей) и практик учебного плана, что помогает произвести оценку сформированности компетенций и качество освоения ОПОП ВО.

4.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик

Утвержденные рабочие программы учебных дисциплин (модулей) содержатся в Приложении 4.

Рабочая программа воспитания и календарный план воспитательной работы; (Приложение 5)

4.5. Фонды оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам

В соответствии со стандартом ВО стандартом высшего образования 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527, оценка качества освоения обучающимися образовательной программы включает в себя текущий контроль успеваемости, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ОПОП ВО (текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация) созданы фонды оценочных материалов, включающие в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Для каждого результата обучения по дисциплине (модулю) или практике определены показатели и критерии оценивания сформированности компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания.

4.6. Программы итоговой аттестации

Согласно требованиям стандартом высшего образования 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08.06.2017 г. №527, итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Целью итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускников к выполнению профессиональных задач и соответствия их подготовки требованиям стандарта ВО 42.03.05 Медиакоммуникации для присвоения квалификации «бакалавр». К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав итоговой аттестации, допускаются студенты, успешно завершившие в полном объеме освоение образовательной программы бакалавриата.

Процедура проведения Итоговой аттестации определяется в соответствии с Положением об организации и проведении государственной итоговой аттестации студентов образовательных

программ высшего образования – программ бакалавриата АНО ВО «Универсальный Университет».

Программы Итоговой аттестации приведены в Приложении 6.

Раздел 5. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Общесистемные условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Каждый обучающийся Университета обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронным библиотечным системам (ЭБС) и научным базам данных, которые содержат учебные, учебно-методические, справочные и научные издания по изучаемым дисциплинам. Доступ к ЭБС осуществляется на основании прямых договоров с правообладателями. Обеспечена возможность удаленного доступа к электронным ресурсам.

Университет обладает необходимым количеством собственных образовательных и информационных ресурсов, в том числе:

Система электронного бронирования Ресурсных центров UCampus, включая ресурсы Библиотеки <https://ucampus.u.university/login>

Система “Портал”, обеспечивающая наличие доступа к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, а также к электронному портфолио обучающихся и нормативным актам ШКОлы <https://portal.britishdesign.ru/>

Собственный электронный журнал “Britanka Media”

Сервис электронной обучающей системы “NEOLMS”. На платформе хранятся материалы для обучения, домашние задания и расписание. Через платформу можно связаться с администрацией, преподавателями, своими одногруппниками. Ежедневно в ленте новостей публикуются все мероприятия Университета, которые можно посетить. lms.u.university

5.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

АНО ВО «Универсальный Университет» располагает материально-технической базой, отвечающей задачам профессиональной подготовки студентов при высокой интенсивности учебного процесса, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, предусмотренных учебным планом и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, 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 Организации. Материально-технические условия для реализации образовательного процесса ОПОП ВО обеспечивают проведение:

- аудиторных занятий (лекций, практических и консультаций и т.п.);
- учебных и производственных практик (в том числе научно-исследовательской работы);
- самостоятельной работы обучающихся.

Для реализации образовательного процесса по ОПОП ВО материально-техническое обеспечение включает:

- лекционные аудитории, оборудованные компьютерами с установленным программным обеспечением (Microsoft Office, Windows; Справочная информационная система

«КонсультантПлюс»; Антивирусная защита ESET NOD 32) и проектором для демонстрации презентаций;

- аудитории для проведения практических занятий, которые в том числе включают компьютерные классы с установленным программным обеспечением (операционная система Windows; пакет Microsoft Office; справочная правовая система КонсультантПлюс; антивирус Nod32; архиватор 7z.) и доступом к сети Интернет для дисциплин, проводимых в компьютерных классах;

- кабинеты для выполнения обучающимися самостоятельной учебной работы и проведения научно-исследовательской работы, оборудованные компьютерами с установленным программным обеспечением (Microsoft Office, Windows; Справочная информационная система «КонсультантПлюс»; Антивирусная защита ESET NOD 32) и доступом к сети Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, Электронная образовательная среда на базе платформы Moodle позволяет студентам удаленно осваивать часть обучающих курсов, работать с электронными образовательными программами.

Аудитории, предназначенные для проведения массовых мероприятий, в том числе, научно-практических конференций, оборудованы звукоусиливающей аппаратурой и проекционными комплектами. Особую роль в обеспечении доступности и качества обучения играет оборудование и программное обеспечение для организации видеоконференцсвязи в режиме онлайн

Университет 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).

На всех используемых в учебном процессе компьютерах установлено программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

В залах также работает WiFi.

Площадь библиотеки составляет 80 м². Общее число посадочных мест в библиотеке – 12, из них оборудовано компьютерами, подключенными к сети Интернет – 24. В холле библиотеки работает WiFi.

Библиотека (Центр информационных ресурсов, далее - ЦИР) обеспечивает информационную поддержку образовательного процесса всех программ Университета. В задачи ЦИР входит развитие фонда учебной литературы, подписка на периодические и электронные издания, осуществление справочно-информационного обслуживания студентов и преподавателей.

Центр включает в себя библиотеку печатных, периодических изданий и электронную библиотеку. Более 90% книжного фонда составляют издания на английском языке. Фонд библиотеки составляет 8000 экземпляров. ЦИР осуществляет подписку на 45 наименований журналов, имеет коллекцию образцов бумаги, тканей, отделочных материалов, веера Pantone. В Центре работает аудиовизуальная секция с книгами по искусству и дизайну.

ЦИР постоянно расширяет контакты с поставщиками информационных ресурсов (как печатных, так и электронных), поддерживает связи с рядом крупнейших библиотек университетов

в России и за рубежом, а также с дизайн-студиями, коммерческими компаниями и промышленными предприятиями, являющимися партнерами Университета.

Книжный фонд организован по принципу открытого доступа в соответствии со структурой Десятичной классификации Дьюи. Обслуживание студентов осуществляется в автоматизированном режиме. Для автоматизации технологических процессов, ведения электронного каталога и информационного поиска используется программа автоматизации библиотек 1С-Библиотека.

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

— о сторонних электронных образовательных и информационных ресурсах (при наличии):

- Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
- Федеральный портал «Российское образование»
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным и информационным ресурсам»
- Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов
- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов
- Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки
- Дополнительные сторонние электронные образовательные и информационные ресурсы.
- ЭБС Издательства «ЛАНЬ» Ресурс, предоставляющий online доступ к научным журналам и полнотекстовым коллекциям книг различных издательств. Работать с ресурсом можно из сети вуза без предварительной регистрации или из любой точки мира, где есть доступ к сети "Интернет", предварительно зарегистрировав свой личный кабинет, находясь внутри сети вуза. Предусмотрены сервисы для незрячих студентов - «Мобильное приложение ЭБС «Лань» - инновационный технологический продукт, в работу которого интегрирован синтезатор речи. Данное технологическое решение позволяет незрячим студентам эффективно работать с книгами, размещенными ЭБС «Лань», используя мобильные средства связи (смартфоны, и.т.д.). Использование синтезатора речи в мобильном приложении бесплатно для всех подписчиков ЭБС «Лань».
- Электронная библиотека «Консультант студента»
- Университетская библиотека онлайн - biblioclub.ru

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости). Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3. Кадровое обеспечение реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению

подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Реализация программы

бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях. Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии). Более 70 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата 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)/

Более 5 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата 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 (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Более 60 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета 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).

5.4. Финансовые условия реализации основной профессиональной образовательной программы «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Финансовое обеспечение реализации ОПОП ВО осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

5.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по основной профессиональной образовательной «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой Университет принимает участие на добровольной основе. В целях совершенствования программы бакалавриата Университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по

программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Университета. В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП. Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться 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

**Раздел 6. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

№ п/п	ФИО	Должность
1	Селиванов Артем Николаевич	Руководитель направления академического качества программ высшего образования
2	Кузьмина Дарья Алексеевна	Специалист по программам высшего образования
3.	Зайцева Наталия Евгеньевна	Дизайнер образовательных программ

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	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)
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия		
2.	11.005	Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28 октября 2014 г. N 811н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 ноября 2014 г., регистрационный N 34949)

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата «Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных индустриях» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции				
	код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации		
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	В	Организация распространения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6		
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ			В/02.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ				
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия								
11.005 «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации»	А	Творческо-организационная деятельность по созданию новых продуктов телерадиовещательных СМИ	6	Определение формата, тематики и оценка материала для нового продукта телерадиовещательных СМИ	А/01.6	6		
				Планирование создания нового продукта телерадиовещательных СМИ			А/03.6	6

			6	Организация финансирования создания нового продукта телерадиовещательных СМИ	A/04.6	6
B	Управление созданием и выпуском в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	7	Руководство структурным подразделением для выпуска в эфир продуктов телерадиовещательных СМИ	B/01.7	7	
		7	Оценка рейтинговых позиций существующих продуктов телерадиовещательных СМИ и планирование будущих проектов	B/02.7	7	
		7	Организация работы по созданию/покупке продуктов телерадиовещательных СМИ, контроль их соответствия тематической направленности и соблюдения сроков сдачи	B/03.7	7	

ЛИСТ АКТУАЛИЗАЦИИ

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата
по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент,
направленность (профиль) программы Бренд-менеджмент и маркетинг в креативных
индустриях