

РЕЦЕНЗИЯ
на основную профессиональную образовательную программу высшего
образования

«Медиа коммуникации и дизайн в рекламе»
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

На рецензию представлен комплект документов, регламентирующий содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и включающий:

- общую характеристику ОПОП;
- календарный учебный график;
- учебный план;
- аннотации дисциплин, практик и государственной итоговой аттестации;
- оценочные материалы по дисциплинам и практикам.

ОПОП разработана в ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ» на кафедре рекламы, связей с общественностью и лингвистики в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования, устанавливаемого самостоятельно федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Национальный исследовательский университет «МЭИ» (далее – МЭИ) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Ученым советом МЭИ протокол № 09/23 от 27.10.2023.

Цель ОПОП – формирование универсальных компетенций, основанных на гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаниях, общепрофессиональных компетенций, позволяющих успешно трудиться в избранной сфере деятельности, способствующих социальной мобильности и устойчивости на рынке труда; профессиональных компетенций для проектной и организационной деятельности в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования, устанавливаемого самостоятельно МЭИ.

ОПОП ориентирована на следующие области и сферы профессиональной деятельности:

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

В качестве объектов профессиональной деятельности выпускников выбраны: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, проектов некоммерческих и общественных организаций, политических идей государственных учреждений и органов, их позиционирования в рыночной среде; формирование общественного мнения; техники и технологии формирования персонального имиджа, имиджа организации; система взаимодействий организаций, органов государственной власти и управления с различными сегментами целевой аудитории; техники и технологии продвижения коммерческих и территориальных брендов; система внутренних коммуникаций и корпоративная культура организаций всех типов; избирательные кампании; текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный различным целевым группам; коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный различным целевым группам. Тип задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники в рамках освоения ОПОП – проектный, организационный.

Ориентация ОПОП на указанные области и сферы профессиональной деятельности, объекты профессиональной деятельности и типы задач профессиональной деятельности соответствует потребностям экономики в подготовке выпускников, способных к решению профессиональных задач в области организации и управления процессом изготовления и продвижения рекламного проекта (продукта), маркетингового и правового обеспечения связей с общественностью.

Профессиональная деятельность выпускника может осуществляться в государственных структурах федерального, регионального, местного уровней; органах местного самоуправления; негосударственных учреждениях и организациях, общественных организациях, СМИ, консалтинговых агентствах, рекламных агентствах, агентствах по связям с

общественностью, коммуникационных агентствах, учреждениях и организациях политической, экономической, социальной, образовательной, научной, производственной, сервисной, культурной и других областей и сфер; рекламных подразделениях и подразделениях связей с общественностью коммерческих фирм и других организаций.

Профессиональные компетенции, установленные ОПОП, сформированы на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников: 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, 06.013 Специалист по информационным ресурсам, 08.035 Маркетолог.

ОПОП предусматривает прохождение практик, которые закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в процессе освоения дисциплин; вырабатывают и развивают практические навыки; способствуют комплексному формированию у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения ОПОП позволяют объективно и достоверно оценить результаты обучения.

Содержание оценочных материалов по дисциплинам и практикам соответствует профессиональным стандартам и будущей профессиональной деятельности выпускника.

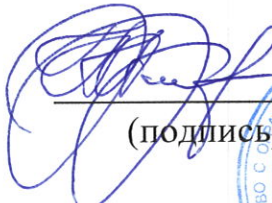
Общее заключение

Основная профессиональная образовательная программа «Реклама и связи с общественностью» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью соответствует основным требованиям образовательного стандарта высшего образования, устанавливаемого самостоятельно МЭИ по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Ученым советом МЭИ протокол № 09/23 от 27.10.2023.

Выпускники данной образовательной программы востребованы на рынке труда.

Рецензент:

**Кандидат экономических наук,
Генеральный директор
ООО «Столичный дом карьеры»**


(подпись) **Н.А. Кадочников**

МП