

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)



УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по ОД

Е.В. Луков

«29» марта 20 22 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

по направлению подготовки

42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения
Очная

Квалификация
Магистр

Год приема
2022

АКТУАЛИЗИРОВАНА
Решением ученого совета факультета
психологии
Протокол № 2 от 28.02.2022 г.

Томск – 2022

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Общие положения	3
2. Образовательный стандарт высшего образования	3
3. Общая характеристика образовательной программы	4
3.1. Цель образовательной программы	4
3.2. Форма обучения	4
3.3. Язык реализации образовательной программы	4
3.4. Срок получения образования по образовательной программе	4
3.5. Объем образовательной программы	4
3.6. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности выпускников образовательной программы	4
3.7. Типы задач профессиональной деятельности выпускников образовательной программы	5
3.8. Направленность (профиль) образовательной программы	5
3.9. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы	5
3.10. Квалификация выпускника образовательной программы	5
4. Структура образовательной программы	6
4.1. Общее описание	6
4.2. Структура Блока 1 «Дисциплины (модули)»	6
4.3. Структура Блока 2 «Практика»	6
4.4. Структура Блока 3 «Государственная итоговая аттестация»	6
5. Результаты освоения образовательной программы	6
5.1. Общее описание	6
5.2. Универсальные компетенции	7
5.3. Общепрофессиональные компетенции	8
5.4. Профессиональные компетенции	11
6. Условия реализации образовательной программы	15
6.1. Общесистемные условия реализации образовательной программы	15
6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы	16
6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы	16
6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы	17
6.5. Применяемые механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе	17
ПРИЛОЖЕНИЕ Е Аналитическая записка	19
ПРИЛОЖЕНИЕ Ж Перечень средств информационно-коммуникационных технологий электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) НИ ТГУ 22	23
ПРИЛОЖЕНИЕ И Перечень программного обеспечения образовательной программы (2022/23 учебный год)	25
ПРИЛОЖЕНИЕ К Анкета обратной связи от обучающихся с целью оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик в рамках внутренней оценки качества образования	26

1. Общие положения

Основная профессиональная образовательная программа магистратуры (далее – образовательная программа, ОПОП), реализуемая Национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровой бренд-менеджмент», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты) и организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практик, иных компонентов, оценочных и методических материалов.

Нормативно-правовую базу ОПОП магистратуры составляют:

- Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ;
- Перечень специальностей и направлений подготовки высшего образования, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.09.2013 г. № 1061;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 г. № 636;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 № 245;
- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816;
- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства Просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г. № 885/390;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017г. № 528;
- Реестр профессиональных стандартов (перечень видов профессиональной деятельности), утвержденный Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 29.09.2014 г. № 667н;
- Профессиональный стандарт 11.006 Редактор средств массовой информации, утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538 н;
- Устав НИ ТГУ, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 28.12.2018 № 1378, (с дополнениями и изменениями);
- Образовательный стандарт ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021.
- Локальные нормативные акты НИ ТГУ.

2. Образовательный стандарт высшего образования

Данная образовательная программа разработана в соответствии с образовательным стандартом ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным решением ученого совета НИ ТГУ 30.06.2021, протокол № 6 и введенным в действие приказом ректора НИ ТГУ № 646/ОД от 05.07.2021.

3. Общая характеристика образовательной программы

3.1. Цель образовательной программы

Целью данной образовательной программы является подготовка высококвалифицированных профессионалов-магистров по цифровому бренд-менеджменту, способных создавать с помощью современных технологий определенные устойчивые представления (ассоциации, эмоций, ценностные характеристики) об объекте брендинга в сознании целевых аудиторий и управлять ими для повышения узнаваемости и конкурентоспособности данного объекта (персоны, организации, города и т.п.) на внутреннем и международном рынках.

3.2. Форма обучения

Обучение по данной образовательной программе осуществляется в очной форме обучения, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

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

Данная образовательная программа реализуется НИ ТГУ самостоятельно на базе факультета психологии.

3.3. Язык реализации образовательной программы

Основным языком реализации данной образовательной программы является русский, отдельные дисциплины (модули) реализуются на английском языке.

3.4. Срок получения образования по образовательной программе

Срок получения образования по данной образовательной программе (вне зависимости от применяемых образовательных технологий), включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

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

3.5. Объем образовательной программы

Объем данной образовательной программы составляет 120 зачетных единиц.

3.6. Области профессиональной деятельности и сферы профессиональной деятельности выпускников образовательной программы

Областями профессиональной деятельности и сферами профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие данную образовательную программу (далее – выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность, являются следующие:

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

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.

3.7. Типы задач профессиональной деятельности выпускников образовательной программы

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

- организационно-управленческого;
- проектно-аналитического;
- научно-исследовательского.

3.8. Направленность (профиль) образовательной программы

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:

организационно-управленческий:

- управление информационными ресурсами;
- организация научно-методической, учебно-методической и образовательной деятельности в сфере социальных коммуникаций, в т.ч. рекламы и связей с общественностью;
- организация работы PR-подразделения по распространению и продвижению различных информационных продуктов, в т.ч. продукции СМИ.

проектно-аналитический:

- проектирование, создание, редактирование, техническая обработка, размещение медиапродуктов различных форматов (в т.ч. публикаций СМИ) на различных информационных ресурсах, в т.ч. на сайте и социальных сетях;
- анализ эффективности профессиональной деятельности в сфере социальных коммуникаций, в т.ч. рекламы и связей с общественностью.

научно-исследовательский:

- проведение научных исследований в сфере социальных коммуникаций, в т.ч. рекламы и связей с общественностью.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших данную образовательную программу являются 00.21 Организация научно-исследовательской работы в области общественных наук, 00.39 Пропаганда и популяризация общественных наук, 04.61 Социология личности и поведения, 04.41 Социальные классы, общности и группы, 82.17 Социальное управление, 00.29 Информационная деятельность в общественных науках, 04.15 Методология социологии. Методика и техника социологических исследований, 04.81 Прикладная социология, 19.31 Общедоступные сетевые информационные ресурсы (интернет, www), 19.45 Средства массовой информации, 19.71 Использование технических средств для массовой коммуникации, 00.45 Преподавание общественных наук, 02.41: Социальная философия, 12.31 Научный труд. Научное творчество, 12.51 Методика и техника исследовательской работы, 19.21 Массовая коммуникация.

3.9. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы

К освоению данной образовательной программы допускаются лица, имеющие высшее образование.

Прием на данную образовательную программу осуществляется на конкурсной основе в соответствии с правилами приема НИ ТГУ.

3.10. Квалификация выпускника образовательной программы

При успешном завершении обучения по программе выпускнику присваивается квалификация «магистр».

4. Структура образовательной программы

4.1. Общее описание

Реализация образовательной программы осуществляется в соответствии с учебным планом.

Структура образовательной программы включает в себя Блок 1 «Дисциплины (модули)», Блок 2 «Практика», Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

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

В рамках образовательной программы выделяются обязательная часть и часть, формируемая участниками образовательных отношений. Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет не менее 20 % общего объема образовательной программы.

Инвалидам и лицам с ОВЗ по их заявлению предоставляется возможность обучения по образовательной программе, учитывающей особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и, при необходимости, обеспечивающей коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

4.2. Структура Блока 1 «Дисциплины (модули)»

Блок 1 «Дисциплины (модули)» состоит из обязательной части и части, формируемой участниками образовательных отношений.

В обязательной части Блока 1 образовательной программы реализуются дисциплины общеуниверситетского модуля: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие и иные дисциплины, обеспечивающие формирование общепрофессиональных, универсальных и профессиональных компетенций.

Формирование универсальных компетенций осуществляется в рамках модуля «Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие».

В части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 реализуются элективные и обязательные дисциплины (модули), определяющие профессиональную направленность (профиль) образовательной программы и формирующие профессиональные компетенции и участвующие в формировании универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

4.3. Структура Блока 2 «Практика»

Блок 2 «Практика» состоит из обязательной части.

В обязательной части Блока 2 реализуются следующие виды (и типы) практик: учебная (ознакомительная практика, технологическая практика) и производственная (профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика; научно-исследовательская работа; научно-исследовательская практика; педагогическая практика; преддипломная практика), обеспечивающие формирование общепрофессиональных, универсальных и профессиональных компетенций.

4.4. Структура Блока 3 «Государственная итоговая аттестация»

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

5. Результаты освоения образовательной программы

5.1. Общее описание

В результате освоения образовательной программы у выпускника будут сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

5.2. Универсальные компетенции

В соответствии с образовательным стандартом ТГУ по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в результате освоения образовательной программы у выпускника будут сформированы универсальные компетенции (таблица 1). Сформированность компетенций проверяется индикаторами достижения, установленными образовательным стандартом НИ ТГУ и дополнительно данной образовательной программой (таблица 1).

Таблица 1 – Универсальные компетенции образовательной программы

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	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	ИУК-1.1. Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику. ИУК-1.2. Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации. ИУК-1.3. Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость. ИУК-2.2. Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. ИУК-2.3. Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК-3.1. Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации. ИУК-3.2. Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения) и индивидуальных возможностей членов команды. ИУК-3.3. Обеспечивает выполнение

		поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.
Коммуникация	УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия. ИУК-4.2. Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на Иностранном языке. ИУК-4.3. Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями. ИУК-5.2. Организует и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИУК-6.1. Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы профессиональной деятельности. ИУК-6.2. Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.

5.3. Общепрофессиональные компетенции

В соответствии с образовательным стандартом НИ ТГУ высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью в результате освоения образовательной программы у выпускника будут сформированы общепрофессиональные компетенции (таблица 2). Сформированность компетенций проверяется индикаторами достижения, установленными образовательным стандартом НИ ТГУ и дополнительно данной образовательной программой (таблица 2).

Таблица 2 – Общепрофессиональные компетенции ОПОП магистратуры

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной 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	ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке. ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке. ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.
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	ИОПК-2.1. Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию. ИОПК-2.2. Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества. ИОПК-2.3. Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.
Культура	ОПК-3. Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ИОПК-3.1. Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту. ИОПК-3.2. Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке. ИОПК-3.3. Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.

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	ИОПК-4.1. Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов. ИОПК-4.2. Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик. ИОПК-4.3. Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.
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	ИОПК-5.1. Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации. ИОПК-5.2. Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью. ИОПК-5.3. Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.
Технологии	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК-6.1. Владеет современными интернет-технологиями PR-деятельности. ИОПК-6.2. Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data). ИОПК-6.3. Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.
Эффекты	ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ИОПК-7.1. Умеет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук. ИОПК-7.2. Владеет технологиями личного брендинга. ИОПК-7.3. Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.

5.4. Профессиональные компетенции

В соответствии с типами задач профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа, в результате освоения образовательной программы у выпускника будут сформированы профессиональные компетенции, разработанные на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, и на основе анализа требований к профессиональным компетенциям выпускников, предъявляемых на рынке труда соответствующей области профессиональной деятельности, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей области профессиональной деятельности, в которой востребованы выпускники в рамках направления (таблица 3). Сформированность компетенций проверяется индикаторами достижения, установленными данной образовательной программой (таблица 3).

Таблица 3 – Профессиональные компетенции образовательной программы в соответствии с типами задач профессиональной деятельности

Основание	Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
Тип задач профессиональной деятельности Организационно-управленческий		
<p>Обобщенная трудовая функция В «Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/02.7 Планирование и координация деятельности подразделения» Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н</p>	<p>ПК-5. Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке)</p>	<p>ИПК-5.1. Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта. ИПК-5.2. Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов. ИПК-5.3. Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными</p>

		потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.
Тип задач профессиональной деятельности Проектно-аналитический		
<p>Обобщенная трудовая функция В «Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/01.7 Разработка концепции авторских проектов» Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н;</p> <p>Анализ требований к профессиональным компетенциям выпускников, предъявляемых на рынке труда области профессиональной деятельности 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований), проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей области профессиональной деятельности (Приложение Е Аналитические записки).</p>	ПК-2. Способен к разработке коммуникационной стратегии	<p>ИПК-2.1. Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).</p> <p>ИПК-2.2. Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).</p> <p>ИПК-2.3. Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).</p>
Обобщенная трудовая функция В «Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/04.7 Установление и поддержание контактов с внешней	ПК-6. Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций	ИПК-6.1. Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с

<p>средой» Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н</p>		<p>описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр. ИПК-6.2. Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность). ИПК-6.3. Владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.</p>
<p>Обобщенная трудовая функция В «Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/02.7 Планирование и координация деятельности подразделения» Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н</p>	<p>ПК-3. Способен к организации, продвижению и брендированию коммуникационных ресурсов</p>	<p>ИПК-3.1. Организует маркетинговые исследования on- offline в области коммуникаций. ИПК-3.2. Разрабатывает стратегии продвижения коммуникационных ресурсов при помощи интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом оценки эффективности результатов продвижения. ИПК-3.3. Организует мероприятия, способствующие формированию и продвижению бренда (в т.с. в целях реализации продукции СМИ, увеличения продаж).</p>
<p>Обобщенная трудовая функция «В» Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/04.7 Установление и поддержание контактов с внешней средой» Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты</p>	<p>ПК-4. Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С</p>	<p>ИПК-4.1. Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).</p>

<p>Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н</p>		<p>ИПК-4.2. Умеет планировать, организовывать и проводить специальные события, реализуемые онлайн и оффлайн. ИПК-4.3. Организует процессы формирования, модернизации и продвижения коммуникации бренда во внутренней и внешней среде (как в рамках деятельности подразделения, так и при реализации авторских проектов).</p>
Тип задач профессиональной деятельности Научно-исследовательский		
<p>Анализ требований к профессиональным компетенциям выпускников, предъявляемых на рынке труда области профессиональной деятельности 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований), проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей области профессиональной деятельности (Приложение Е Аналитические записки)</p>	<p>ПК-1. Способен осуществлять научно-исследовательские мероприятия в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ИПК- 1.1. Имеет опыт проведения исследований академического и проектного типов в коммуникационной сфере (в т.ч. в целях рецензирования и экспертизы научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП) ИПК- 1.2. Использует основные концепции и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы рекламы и связей с общественностью (в т.ч. для разработки научно-методических и учебно-методических материалов</p>

		<p>обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП).</p> <p>ИПК- 1.3. Представляет результаты научных и научно-практических исследований в on- и off-line форматах, в т.ч. и в процессе публичных выступлений (в т.ч. в процессе преподавания).</p>
--	--	---

6. Условия реализации образовательной программы

6.1. Общесистемные условия реализации образовательной программы

НИ ТГУ располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием), обеспечивающими реализацию образовательной программы по Блоку 1 «Дисциплины (модули)», Блоку 2 «Практика» (проходящие в НИ ТГУ) и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

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

Электронная информационно-образовательная среда (далее – ЭИОС) НИ ТГУ обеспечивает:

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

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

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

- проведение всех видов 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 ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий (Приложение Ж) и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Фиксация хода образовательного процесса осуществляется путем ведения журнала проведения учебных занятий, журнала посещаемости учебных занятий обучающимися, регулярного мониторинга текущего контроля успеваемости и в иных формах.

Результаты промежуточной аттестации отражаются в ведомостях, а также в ЭИОС НИ ТГУ по результатам освоения дисциплин, практик.

Результаты освоения образовательной программы отражаются в ведомостях, а также в ЭИОС НИ ТГУ по результатам ГИА.

6.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение образовательной программы

Организация обеспечена материально-технической базой, необходимой для реализации всех видов занятий согласно учебному плану.

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий всех видов, предусмотренных образовательной программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей). Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НИ ТГУ.

Организация обеспечена 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). Сведения о программном обеспечении образовательной программы представлены в Приложении И, которое актуализируется на учебный год.

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

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 регулярно обновляется. Сведения о профессиональных базах данных и информационных справочных системах доступны по ссылке - <http://lib.tsu.ru/sp/subjects/guide.php?subject=VSE#tab-1>.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными или электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.3. Кадровые условия реализации образовательной программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками НИ ТГУ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы магистратуры на иных условиях.

Квалификация педагогических работников НИ ТГУ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональным стандартам.

Не менее 75 процентов численности педагогических работников НИ ТГУ, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую деятельность, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 10 процентов численности педагогических работников НИ ТГУ, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых к реализации образовательной программы 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 образовательной программы (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников НИ ТГУ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности в НИ ТГУ 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).

Общее руководство научным содержанием образовательной программы осуществляется кандидатом философских наук (09.00.01), заместителем заведующей Лаборатории гуманитарных новомедийных технологий, доцентом кафедры социальных коммуникаций НИ ТГУ Спичевой Диной Ивановной. Спичева Д. И. руководит и принимает участие в научно-исследовательских и творческих проектах по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью среди которых: грант БФ Владимира Потанина «Формирование цифрового профессионального имиджа как образовательная технология и драйвер развития магистратуры, (руководитель, 01.08.2021 – 01.08.2022); грант РФФИ «Феномен цифрового кочевничества в современном междисциплинарном дискурсе», (руководитель, 07.11.2019 — 30.08.2020); государственная поддержка ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентной способности среди ведущих мировых научно-образовательных центров (5-100) «Организация социальных пространств 4.0. как условие высокого качества жизни человека цифровой эры: междисциплинарный подход» (19.03.2018 — 31.12.2020); грант РФФИ «Культура сетевых полупубличных коммуникаций цифрового поколения» (2018 – 2020 гг.); грант РГНФ «От симпатии к лайкингу, от любви к вирту, от дружбы к френдингу, от вражды к троллингу, от приверженности к фолловингу: региональный аспект трансформации фреймов межличностной коммуникации в виртуальном пространстве социальных сетей (на материале анализа коммуникаций нового сетевого поколения студенческой молодежи г. Томска)» (14.04.2016 — 31.12.2017); «Научные дайджесты ТГУ: фронтальные исследования и технологии» (01.04.2020 г. – по настоящее время); «Организация социальных пространств 4.0 как условие высокого качества жизни человека цифровой эры: междисциплинарный подход» (с 2018 г.); «Развитие коммуникационных площадок НИ ТГУ» по реализации модуля «Внутренние электронные коммуникации без барьеров» (с 2015 г.); «Информационное сопровождение междисциплинарных семинаров НИ ТГУ (2018 – 2019 гг.) и др. Руководитель программы имеет ежегодные публикации по результатам указанной научно-исследовательской и творческой деятельности в ведущих отечественных и зарубежных рецензируемых научных журналах и изданиях (более 40 публикаций), а также осуществляет ежегодную апробацию результатов указанной научно-исследовательской и творческой деятельности на национальных и международных конференциях.

6.4. Финансовые условия реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже установленных Министерством науки и высшего образования Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования по специальностям (направлениям подготовки) и укрупненным группам специальностей (направлений подготовки), утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 30 октября 2015 г. № 1272.

6.5. Применяемые механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

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

Система внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе включает в себя оценку качества освоения

образовательной программы и оценивание условий, содержания, организации и качества образовательного процесса.

Оценка качества освоения образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию. Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине (модулю) и практике определяются рабочими программами дисциплин, практик (в том числе, особенности процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации при обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья) и доводятся до сведения обучающихся на первом учебном занятии по дисциплине (модулю), практике.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик, а также работы преподавателей путем регулярного анкетирования обучающихся в конце теоретического обучения и перед началом экзаменационной сессии. Вопросы анкеты представлены в приложении К.

В целях совершенствования образовательной программы НИ ТГУ при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая научно-педагогических работников НИ ТГУ. Механизмы привлечения – рецензирование ОПОП, частей ОПОП, участие представителей работодателей в составе ГЭК.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе осуществляется в рамках государственной аккредитации, профессионально-общественной аккредитации.

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

Руководитель ОПОП



подпись

Д. И. Спичева

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Начальник ОСОП



подпись



расшифровка подписи

Начальник УУ



подпись



расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Аналитическая записка

Анализ рынка труда (статистические данные по рынку труда соответствующей профессиональной области и иные аналитические материалы), отечественного и зарубежного опыта реализации образовательных программ по укрупненным группам, направлениям подготовки, профилям.

По результатам анализа статистических данных по рынку труда города Томска и Томской области, рекомендаций федерального учебно-методического объединения в системе высшего образования по укрупненной группе специальностей и направлений подготовки 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело предлагаются следующие формулировки профессиональных компетенций выпускника и индикаторов их достижения образовательной программы магистратуры, реализуемой Национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровой бренд-менеджмент», соответствующие области профессиональной деятельности 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований) (Таблица Е.1):

Таблица Е.1 – Профессиональные компетенции образовательной программы, реализуемой Национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровой бренд-менеджмент», соответствующие области профессиональной деятельности 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований)

Код и наименование профессиональной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции
ПК-1. Способен осуществлять научно-исследовательские мероприятия в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью	ИПК- 1.1. Имеет опыт проведения исследований академического и проектного типов в коммуникационной сфере (в т.ч. в целях рецензирования и экспертизы научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП) ИПК- 1.2. Использует основные концепции и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы рекламы и связей с общественностью (в т.ч. для разработки научно-методических и учебно-методических материалов обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП). ИПК- 1.3. Представляет результаты научных и научно-практических исследований в on- и off-line форматах, в т.ч. и в процессе публичных выступлений (в т.ч. в процессе преподавания).
ПК-2. Способен к разработке коммуникационной стратегии	ИПК-2.1. Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать

	<p>общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).</p> <p>ИПК-2.2. Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).</p> <p>ИПК-2.3. Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).</p>
--	--

По итогам анализа ряда профессиональных компетенций и индикаторов их достижения была проведена консультация с ведущими работодателями и представителями профессиональных объединений, со следующими целями:

- рассмотрение структурных компонентов профессиональных компетенций;
- обсуждение соответствия профессиональных компетенций современным реалиям педагогической и научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- оценка востребованности работодателями и профессиональными объединениями выпускника образовательной программы, обладающего указанными профессиональными компетенциями на рынке труда;
- корректировка профессиональных компетенций;
- вынесение решения о включении указанных профессиональных компетенций в образовательную программу.

В ходе проведения консультации присутствовали:

- Кужелева-Саган И. П. – доктор философских наук, зав. кафедрой социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Поздеева С. И. – доктор педагогических наук, профессор кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Спичева Д. И. – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Глухов А. П. – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Гужова И. В. – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Окушова Г. А. – кандидат философских наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Карнаухова Н. А. – старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Носова С.С. – старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Полянская Е. В. – старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.
- Винокурова Е. Н. – ассистент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ.

Слушали:

доклад Спичевой Д. И.:

- о проведенном анализе рынка труда в области педагогической и научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью;
- об общей характеристике образовательной программы магистратуры «Цифровой бренд-менеджмент» направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью;
- о планируемых результатах обучения по образовательной программе (универсальные компетенции и общепрофессиональные компетенции);
- о формулировке профессиональных компетенций и индикаторов их достижения выпускника образовательной программы магистратуры, реализуемой Национальным исследовательским Томским государственным университетом по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Цифровой бренд-менеджмент», соответствующих области профессиональной деятельности 01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований), разработанных на основе рекомендаций федерального учебно-методического объединения в системе высшего образования по укрупненной группе специальностей и направлений подготовки 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело.

Выступили:

Кужелева-Саган И. П., Поздеева С. И., Глухов А. П., Гужова И. В., Окушова Г. А., Карнаухова Н. А., Носова С.С., Полянская Е. В. Винокурова Е. Н., высказав общее положительное мнение о формулировке профессиональных компетенций и индикаторов их достижений, с рекомендацией к использованию указанных формулировок в образовательной программе «Цифровой бренд-менеджмент» направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Решили:

рекомендовать формулировки профессиональных компетенций и индикаторов их достижения для применения их в образовательной программе «Цифровой бренд-менеджмент» направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Д-р филос. наук, доцент, зав. кафедрой социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)


И. П. Кужелева-Саган

Д-р пед. наук, профессор кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

С. И. Поздеева

Канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

А. П. Глухов

Канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

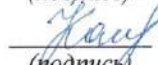
И. В. Гужова

Канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

Г. А. Окушова

Ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

Н. А. Карнаухова

Ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

С. С. Носова

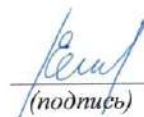
Ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ


(подпись)

Е. А. Полянская

Ассистент кафедры социальных коммуникаций
ФП НИ ТГУ

Руководитель ОПОП



(подпись)

Е. Н. Винокурова



(подпись)

Д. И. Спичева

ПРИЛОЖЕНИЕ Ж
Перечень средств информационно-коммуникационных технологий
электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС) НИ ТГУ

Таблица Ж.1 – Перечень ресурсов ЭИОС НИ ТГУ и их адреса

Название ресурса (средств информационно-коммуникационных технологий)	Адрес (URL)
Сайт Томского государственного университета	http://www.tsu.ru .
Сайт Научной библиотеки Томского государственного университета	http://www.lib.tsu.ru .
Сайт факультета психологии Томского государственного университета	http://psy.tsu.ru .
Электронный университет MOODLE	https://moodle.tsu.ru .
Личный кабинет студента	https://lk.student.tsu.ru .
Многофункциональный сервис для студентов Фламинго	http://flamingo.tsu.ru .
Google class по дисциплинам	Ссылки размещаются на страницах дисциплин Электронного университета Moodle

Таблица Ж.2 – Соответствие средств ЭИОС задачам, решение которых они обеспечивают (согласно требованиям ОС НИ ТГУ)

ЭИОС должна обеспечивать:	Средств информационно-коммуникационных технологий
Доступ к учебным планам	Сайт Томского государственного университета Сайт факультета психологии Томского государственного университета
Доступ к рабочим программам дисциплин	Электронный университет MOODLE, сайт факультета психологии Томского государственного университета
Доступ к рабочим программам практик	Электронный университет MOODLE, сайт факультета психологии Томского государственного университета
Доступ к изданиям информационных справочных систем	Сайт Научной библиотеки Томского государственного университета
Доступ к электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах;	Сайт Научной библиотеки Томского государственного университета
Фиксация хода образовательного процесса	Электронный университет MOODLE
Результаты промежуточной аттестации	Электронный университет MOODLE Личный кабинет студента
Результаты освоения программы магистратуры	Личный кабинет студента
Проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий	Электронный университет MOODLE
Формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ, рецензий и оценок на эти работы со стороны других участников образовательного процесса;	Многофункциональный сервис для студентов Фламинго

Взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».	Электронный университет MOODLE Google class по дисциплинам
--	---

ПРИЛОЖЕНИЕ И

Перечень программного обеспечения образовательной программы (2022/23 учебный год)

Таблица И.1 – Перечень программного обеспечения образовательной программы

№ п\п	Перечень лицензионного программного обеспечения	Тип лицензии	Реквизиты подтверждающего документа
Платное программное обеспечение			
1.	Microsoft Windows 10	Commercial	Лицензия №65802298 от 28.09.2015
2.	Windows Professional 7 Academic Open	Commercial	Лицензия №47729022 от 26.11.2010
3.	Microsoft Office Professional Plus 2013	Commercial	Лицензия №60652892 от 13.07.2012
4.	IBM SPSS Statistics 23	Commercial	Лицензионный договор №20141209-2 от 09.12.2014
5.	Statistica Ultimate Academic for Windows 1 O Russian/13 English Сетевая версия (Concurrent User).	Commercial	Лицензия с серийным номером (SN) JPZ805I382704ARCN100-A от 04.05.2018
Программное обеспечение свободного доступа			
1.	JASP	open-source	GNU v3
2.	7zip File Manager	open-source	GNU v3
3.	Visual Studio Code	open-source	MIT license
4.	Git	open-source	GNU v2.0
5.	R	open-source	GNU v3
6.	RStudio	open-source	GNU v3
7.	Libre Office	freeware	Mozilla Public License Version 2.0
8.	Linux Mint	open-source	GNU
9.	Python	open-source	PSF
10.	Google Chrome	freeware	Proprietary freeware, based on open source components.
11.	Mozilla Firefox	freeware	Mozilla Public License Version 2.0
12.	GIMP	freeware	GNU v3
13.	Inkscape	freeware	GNU v3
14.	Krita	freeware	GNU v3
15.	Blender	freeware	GNU v3
16.	Coursera	freeware	https://www.coursera.org/
17.	Stepik	freeware	https://stepik.org/
18.	Moodle	freeware	https://moodle.tsu.ru/

ПРИЛОЖЕНИЕ К

Анкета обратной связи от обучающихся с целью оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик в рамках внутренней оценки качества образования

ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ

АНКЕТА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Уважаемый студент, предлагаем Вам заполнить анкету с целью получения обратной связи и выявления качества обучения по прослушанной дисциплине. Просим ответить на вопросы анкеты, оценив каждый критерий по предложенной шкале. Эти данные будут использованы для анализа учебного процесса и принятия решений об изменении учебных планов и содержания учебных дисциплин.

Группа	000000	
Дисциплина	Наименование дисциплины	
Период обучения	_ семестр _ курса (2022/2023 учебный год)	
Вопрос	Оценка	
	Лекции	Пр. занятия (семинары)
	ФИО преподавателя	ФИО преподавателя
Оцените полезность курса для Вашей будущей карьеры («1» - курс бесполезен, «5» - очень полезен)		
Оцените полезность курса для расширения Вашего кругозора и разностороннего развития («1» - курс бесполезен, «5» - очень полезен)		
Оцените новизну полученных знаний («1» - знания не обладали новизной, «5» - знания новые)		
Оцените сложность курса («1» - курс очень лёгкий, «5» - курс очень сложный для освоения)		
Оцените ясность требований, предъявляемых преподавателем к студентам («1» - требования непонятные, «5» - требования ясные)		
Оцените логичность и последовательность изложения материала («1» - материал курса непонятен, «5» - материал курса понятен)		
Оцените контакт преподавателя с аудиторией («1» - контакт отсутствует, «5» - хороший контакт с аудиторией)		
Оцените качество внеаудиторного общения с преподавателем («1» - внеаудиторное общение с преподавателем отсутствует, «5» - внеаудиторное общение с преподавателем хорошее)		

Выскажите Ваши предложения по улучшению качества организации и содержания дисциплины:

Спасибо за сотрудничество!