

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.05.2024 14:06:32
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Утверждена на заседании Ученого
совета ОУП протокол № 2
от «06» ноября 2014 г.

Открыта приказом ректора РУДН
№ 29
от «26» января 2015 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ (ОП ВО)**

Направление подготовки/специальность:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

Рекламный менеджмент

(наименование ОП ВО)

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями:
ОС ВО РУДН, утвержденных приказом ректора от «21» мая 2021 г. № 371 «Об утверждении
актуализированных образовательных стандартов высшего образования, самостоятельно
устанавливаемых Российским университетом дружбы народов, по уровням подготовки бакалавриата,
специалитета и магистратуры».

Уровень образования:

магистратура

(бакалавриат/специалитет/магистратура/ординатура – вписать нужное)

Квалификация выпускника:

магистр

(квалификация выпускника в соответствии с приказом Минобрнауки России от 12.09.2013 г.
№1061)

Срок получения образования по ОП ВО:

2 года

(очная форма обучения)

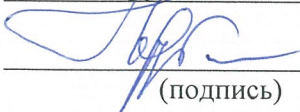
(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: _____

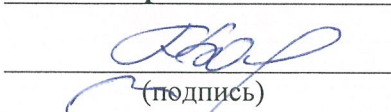
СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО
Трубникова Н.В.


(подпись)

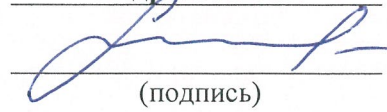
«__» _____ 20__ г.

Председатель МССН
Барабаш В.В.


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

Руководитель ОУП
Андреева И.В.


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

2024 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

Мы готовим магистрантов, которые способны стать современными руководителями коммуникационных и PR-отделов компаний, а также руководителями различных отделов в структуре коммуникационных и PR-агентств. Они должны продемонстрировать стратегический подход к коммуникациям, уметь работать в ситуации интеграции различных видов маркетинговых коммуникаций.

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данная магистерская программа обучения направлена на интеграцию учащихся в практическую профессиональную деятельность, что является важной особенностью данной образовательной программы и позволяет повысить востребованность выпускников учебной программы на рынке труда. Большинство учебных дисциплин реализуется преподавателями-практиками, специалистами известными в рекламной сфере России. Практика является неотъемлемым элементом обучения как на занятиях, так и в рамках учебно-проектной, производственной, научно-исследовательской и преддипломной практик, которые проходят в коммуникационных агентствах, департаментах коммуникаций в российских и зарубежных компаниях и СМИ, а также в органах государственной власти.

Партнеры данной магистерской образовательной программы в рекламной сфере активно вовлекают учащихся принять участие в профессиональных проектах в качестве стажеров, а также в качестве участников отраслевых конкурсных бизнес-проектов.

Студенты и выпускники имеют возможность получить опыт работы и обучения в коллективах крупнейших российских и международных коммуникационных агентств. Длительное сотрудничество связывает программу с профессиональными организациями: Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР), Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Российская ассоциация маркетинговых услуг (РАМУ), Ассоциация директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России (АКМР), Ассоциация Креативных директоров АСДР, Общественная палата РФ, Ассоциация фандрайзеров, Национальная Ассоциация экспертов по деловой этике, этикету и протоколу и др. Представители этих авторитетных структур проводят мастер-классы и вовлекают студентов в проводимые ими профессиональные мероприятия.

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ПО ПРОФИЛЮ ОП ВО

Выпускники программы востребованы в отделах маркетинга, связей с общественностью российских и международных компаний, государственных организаций, средств массовой информации, а также в коммуникационных и PR-агентствах.

Выпускники программы могут работать в качестве руководителей 1) отделов по связям с общественностью в компаниях, 2) различных отделов в специализированных PR- и коммуникационных агентствах полного цикла; 3) бренд-менеджеров, 4) исследователей и стратегов в коммуникационной сфере.

4. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

Потенциальный абитуриент магистерской программы «Рекламный менеджмент» - выпускник бакалавриата по профилям «Реклама», «Связи с общественностью», «Менеджмент», «Маркетинг», «Средства массовой информации и коммуникации» и др., стремящиеся развивать свою карьеру и коммуникационные навыки, интересующиеся технологиями создания позитивного имиджа, инструментами продвижения товаров, услуг, идей и т.д.

Вступительные испытания проходят в форме междисциплинарного письменного экзамена, а также конкурса портфолио/достижений абитуриента.

5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

5.1. ОП ВО реализуется с элементами электронного обучения/дистанционных образовательных технологий. Студенты для освоения материала и самостоятельной работы используют электронный учебный портал, возможно использование корпоративных онлайн платформ для проведения дистанционных занятий в случае введения ограничений для проведения очных занятий

5.2. Язык реализации ОП ВО – *русский язык*.

5.3. Программа может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При обучении инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии должны предусматривать возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

5.4. ОП ВО реализуется ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов».

5.5. Информация о планируемых базах проведения учебных/производственных практик и(или) НИР

Практика*	База проведения практики <i>(наименование организации, место нахождения)</i>
Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	ООО «Комьюнити» (Коммуника), г. Москва
Производственная практика	АО «Технополис "Москва"», АО «ИНТЕКО», РЕСО-гарантия, ООО «Орион Интернейшнл Евро», г. Москва
Научно-исследовательская работа	АО «ГНС Маркетинговый Информационный Центр», ООО «Брайт Вэй Индастриз», ООО Фирма «Мир искусства», ООО «СЕРКОНС»
Преддипломная практика	ПАО «ПИК-специализированный застройщик», ООО «ЭплРилЭстейт», Федеральная служба государственной статистики, АО «КРОКУС ИНТЕРНЭШНЛ», Общество с ограниченной ответственностью «ДКФпроект»

* - указывается вид практики (учебная/производственная), тип практики – её наименование (ознакомительная, технологическая, НИР, преддипломная и т.д.), способ проведения (стационарная/выездная).

6. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП

6.1. Область(-и) и/или сфера(-ы) профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОП ВО, в которой(-ых) он может осуществлять свою профессиональную деятельность: образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований); связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.

6.2. Тип(-ы) задач профессиональной деятельности, к решению которых готовится выпускник в рамках освоения ОП ВО: организационно-управленческие, проектно-аналитические; научно-исследовательские.

6.3. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника ОП ВО, в соответствии с которыми разработана программа*

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5
				Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5
				Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5
	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка	В/04.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				эффективности результатов продвижения продукции СМИ		
06.013 Специалист по информационным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	A/01.4	4
				Сканирование и обработка графической информации	A/02.4	4
				Ведение информационных баз данных	A/03.4	4
				Размещение информации на сайте	A/04.4	4
	В	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Поиск информации по тематике сайта	B/01.5	5
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	B/05.5	5
				Нормативный контроль содержания сайта	B/06.5	5
	С	Управление (менеджмент)	6	Организация работ по	C/01.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
		информационными ресурсами		созданию и редактированию контента		
				Управление информацией из различных источников	C/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.6	6
				Локальные изменения структуры сайта	C/04.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	C/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.6	6

* - формулировка трудовых функций принимается из соответствующих Профессиональных стандартов (при наличии).

7. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

7.1. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими универсальными компетенциями (УК):

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	в их историческом развитии и социально-культурном контексте.
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;</p> <p>УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;</p> <p>УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;</p> <p>УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.</p>
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p>
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	<p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p> <p>УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;</p> <p>УК-4.4. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.5. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.6. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p>
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе	<p>УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;</p> <p>УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
межкультурного взаимодействия	особенностях и традициях различных социальных групп; УК-5.3. Учитывает при социальном и профессиональном общении по заданной теме историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения; УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования; УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий; УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности; УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей; УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи; УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.
УК-7 Цифровая грамотность	УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

7.2. По окончании освоения ОП ВО выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
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	ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ОПК-1.2 Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов ОПК-1.3 Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (инострannого) языков и особенностей иных знаковых систем

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	
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	<p>ОПК-2.1 Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.2 Умеет анализировать тенденции и причинно-следственные связи в развитии общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов</p>
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.1. Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2. Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры</p> <p>ОПК-3.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры</p>
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>ОПК-4.1 Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований;</p> <p>ОПК-4.2 Умеет интерпретировать данные социологических\маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях;</p> <p>ОПК-4.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории.</p>
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	<p>ОПК-5.1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования</p> <p>ОПК-5.2 Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК-5.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Знает характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства ОПК-6.2 Умеет отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства ОПК-6.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. ОПК-7.2 Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. ОПК-7.3 Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности
ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве

7.3. Перечень профессиональных компетенций (ПКО)*, которыми должен обладать выпускник, полностью освоивший ОП ВО:

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПКО-1 Способен организовать работу и	ПКО-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью	С 06.013 Специалист по информационным

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства</p> <p>ПКО-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>ПКО-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы</p>	ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации
ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	<p>ПКО-2.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>ПКО-2.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКО-2.3 Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПКО-3.1. Формулирует концепцию научного исследования</p> <p>ПКО-3.2. Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>ПКО-3.3. Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

* - ПК формулирует разработчик программы с учетом требований профессиональных стандартов и направленности ОП ВО.

8. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Рекламный менеджмент», по направлению подготовки/специальности 42.04.01. Реклама и связи с общественностью

		Универсальные компетенции						
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6: Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7: Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих
Блок 1	Дисциплины (модули)							
Б1.О	Обязательная часть							
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6				
Б1.О.01.ДВ.01.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.О.02	Вариативная компонента	+	+	+	+	+	+	+

Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR							УК-7.1; УК-7.2
Б1.О.02.02	Создание маркетингового контента							
Б1.О.02.03	Международные маркетинговые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б1.О.02.04	Коммуникационный практикум (мастер-класс)							
Б1.О.02.05	Digital-маркетинг							УК-7.1; УК-7.2
Б1.О.02.06	Интегрированные бренд-коммуникации		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.О.02.07	Маркетинговые исследования B2B и B2C рынков	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Б1.О.02.08	Психология управления коммуникациями	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5		УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6				
Б1.О.02.09	Communication project management / Управление коммуникационными проектами		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5		УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6			
Б1.О.02.10	Управление медиамиксом	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Б1.О.02.11	Медиаменеджмент и медиамаркетинг						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б1.О.02.12	Курсовая работа по дисциплине профиля	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б1.В.ДВ.01.01	Деловой второй иностранный язык				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.01.02	Русский язык делового общения				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		

Б1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.В.ДВ.03.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR							УК-7.1; УК-7.2
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровая креативная индустрия							УК-7.1; УК-7.2
Б1.В.ДВ.04.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.04.02	HR-коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.05.01	Репутационный менеджмент							
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов							
Б1.В.ДВ.06.01	Эффективность рекламных кампаний	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Б1.В.ДВ.06.02	Эффективность PR-коммуникаций	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Блок 2	Практика							
Б2.О	Обязательная часть							
Б2.О.01	Базовая компонента							
Б2.О.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.О.01.02(У)	Учебно-проектная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.О.01.03(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2

	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б2.В.01(П)	Производственная практика			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6			УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация							
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2

		Общепрофессиональные компетенции							
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		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	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	ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	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	ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8: Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.
Блок 1	Дисциплины (модули)								
Б1.О	Обязательная часть								
Б1.О.01	Базовая компонента								
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии		ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3						
Б1.О.01.ДВ.01.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности								
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности								
Б1.О.02	Вариативная компонента								

Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3						ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.02	Создание маркетингового контента	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3		ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.03	Международные маркетинговые коммуникации			ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3					
Б1.О.02.04	Коммуникационный практикум (мастер-класс)				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3			ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.02.05	Digital-маркетинг						ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.02.06	Интегрированные бренд-коммуникации				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3			
Б1.О.02.07	Маркетинговые исследования B2B и B2C рынков				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3				
Б1.О.02.08	Психология управления коммуникациями							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.09	Communication project management / Управление коммуникационными проектами					ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3		ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.10	Управление медиамиксом				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3		
Б1.О.02.11	Медиаменеджмент и медиамаркетинг				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3		ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.12	Курсовая работа по дисциплине профиля								

	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б1.В.ДВ.01.01	Деловой второй иностранный язык								
Б1.В.ДВ.01.02	Русский язык делового общения								
Б1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис								
Б1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий								
Б1.В.ДВ.03.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR								
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровая креативная индустрия								
Б1.В.ДВ.04.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол								
Б1.В.ДВ.04.02	HR-коммуникации								
Б1.В.ДВ.05.01	Репутационный менеджмент								
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов								
Б1.В.ДВ.06.01	Эффективность рекламных кампаний								
Б1.В.ДВ.06.02	Эффективность PR-коммуникаций								
Блок 2	Практика								
Б2.О	Обязательная часть								
Б2.О.01	Базовая компонента								
Б2.О.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)								
Б2.О.01.02(У)	Учебно-проектная практика		ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3		ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3			
Б2.О.01.03(Пд)	Преддипломная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3

	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б2.В.01(П)	Производственная практика								
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская практика			ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3				
Блок 3	Государственная итоговая аттестация								
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3

		Профессиональные компетенции		
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПКО-1: Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-2: Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ПКО-3: Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Блок 1	Дисциплины (модули)			
Б1.О	Обязательная часть			
Б1.О.01	Базовая компонента			
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.О.01.ДВ.01.01	Иностранный язык в профессиональной деятельности			
Б1.О.01.ДВ.01.02	Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности			
Б1.О.02	Вариативная компонента			
Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.02	Создание маркетингового контента			
Б1.О.02.03	Международные маркетинговые коммуникации			
Б1.О.02.04	Коммуникационный практикум (мастер-класс)			
Б1.О.02.05	Digital-маркетинг		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.06	Интегрированные бренд- коммуникации		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.07	Маркетинговые исследования B2B и B2C рынков		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б1.О.02.08	Психология управления коммуникациями	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		

Б1.О.02.09	Communication project management / Управление коммуникационными проектами		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.10	Управление медиамиксом		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.11	Медиаменеджмент и медиамаркетинг	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.О.02.12	Курсовая работа по дисциплине профиля		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б1.В.ДВ.01.01	Деловой второй иностранный язык			
Б1.В.ДВ.01.02	Русский язык делового общения			
Б1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.03.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровая креативная индустрия	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.04.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.04.02	HR-коммуникации		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.05.01	Репутационный менеджмент	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.06.01	Эффективность рекламных кампаний			ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б1.В.ДВ.06.02	Эффективность PR-коммуникаций			ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Блок 2	Практика			
Б2.О	Обязательная часть			
Б2.О.01	Базовая компонента			

Б2.О.01.01(Н)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)			
Б2.О.01.02(У)	Учебно-проектная практика		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б2.О.01.03(Пд)	Преддипломная практика	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б2.В.01(П)	Производственная практика	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская практика		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация			
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3