Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2024 11:25:51
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 № 18 от «13» ноября 2023 г.

Открыта приказом ректора РУДН № 634 от «14 » декабря 2023 г.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ОП ВО)

Направление подготовки/специальность:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):
Цифровые маркетинговые коммуникации
(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:
бакалавриат
(бакалавриат/специалитет/магистратура/ординатура – вписать нужное)

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

Срок получения образования по ОП ВО:

4 года		**-**
(очная форма обучения)	(очно-заочная форма обучения)	(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: _____

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО	Председатель МССН	Руководитель ОУП
Трубникова Н.В.	**Барабаш В.В.**	**Андронова И.В.**
(подпись)	(подпись)	(подпись)
«___» _____20__ г.	«___» _____20__ г.	«___» _____20__ г.

2024 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

Мы готовим специалистов, способных к профессиональному управлению всеми видами современных маркетинговых коммуникаций, как со стороны компаний, так и со стороны коммуникационных агентств, на основе экономических и маркетинговых знаний, сформированных в рамках профильного Института мировой экономики и бизнеса экономического факультета.

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Образовательная программа отражает современные тенденции развития индустрии коммуникаций. Взаимозависимость и взаимопроникновение коммуникационных сфер обусловливают комплексный подход к определению задач обучения в рамках данного направления. Учебный процесс основан на взаимодополнении теоретических и практических занятий. Теоретическая база в сочетании с прикладными дисциплинами, ведущие специалисты-практики в роли преподавателей, проектная деятельность и практика в ведущих коммуникационных агентствах, мастер-классы экспертов индустрии и участие в профильных конкурсах и фестивалях – все это дает студентам возможность раскрыть творческий потенциал и стать ведущими специалистами в сфере коммуникаций.

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

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

Выпускники программы работают в качестве специалистов коммуникационных отделов компаний, менеджеров рекламных и PR- агентств; бренд-менеджеров, специалистов по стратегическому планированию, пресс-секретарей, спичрайтеров, копирайтеров и др.

4. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

Для обучения по программе «Реклама и связи с общественностью» приглашаются молодые люди со средним образованием, стремящиеся развивать свою карьеру и коммуникационные навыки, интересующиеся технологиями создания позитивного имиджа, инструментами продвижения товаров, услуг, идей и т.д.

В институт принимаются студенты по результатам ЕГЭ.

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 *адаптирована для обучения* инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

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** *(наименование организации, место нахождения)*
Учебная практика	ООО «Комьюнити» (Коммуника), г. Москва
Производственная (ознакомительная) практика)	АО «Технополис "Москва"», АО «ИНТЕКО», РЕСО-гарантия, ООО «Орион Интернейшнл Евро», г. Москва
Производственная (проектная) практика	АО «ТНС Маркетинговый Информационный Центр», ООО «Брайт Вэй Индастриз», ООО Фирма «Мир искусства», ООО «СЕРКОНС»
Преддипломная практика	ПАО «ПИК-специализированный застройщик», ООО «ЭпплРилЭстейт», Федеральная служба государственной статистики, АО «КРОКУС ИНТЕРНЭШНЛ», Общество с ограниченной ответственностью «ДКФпрожект»

* - 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: коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде; общественное мнение.

6.2. Тип(-ы) задач профессиональной деятельности, к решению которых готовится выпускник в рамках освоения ОП ВО:

<u>организационная деятельность</u>

участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

<u>проектная деятельность</u>

участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

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

маркетинговая деятельность

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований.

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	A	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
				Организация поставки продукции СМИ	A/02.5	5
				Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
	B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.013 Специалист по информационным ресурсам	A	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
	B	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
	C	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.6	6
				Управление информацией из	C/02.6	6

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

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

7. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	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. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата; УК-1.5. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.6. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.7. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характер 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 определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта; УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения; УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы; 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; УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели; УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата; УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели; УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.
УК-4. Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.	УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства; УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия; УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках; УК-4.4. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно; УК-4.5. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции; УК-4.6. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки; УК-4.7. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития; УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных 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 исследовании; 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 управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	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. Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний; УК-6.5. Анализирует основные возможности и инструменты непрерывного образования применительно к собственным интересам и потребностям с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; УК-6.6. Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста; УК-6.7. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма; УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности; УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности
УК-8 Способен создавать	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамах выполняемого задания; УК-8.3. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; УК-8.4. Разъясняет мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; УК-8.5. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также при возникновении военных конфликтов; УК-8.6. Оказывает первую помощь, участвует в восстановительных мероприятиях.
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.	УК-9.1. Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья; УК-9.2. Планирует и осуществляет профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья. УК 9.3. Взаимодействует с лицами, имеющими ограниченные возможности здоровья или инвалидность, в социальной и профессиональной сферах.
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике; УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей; УК-10.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1. Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; УК-11.2. Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-11.3. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе соблюдения действующего законодательства и нетерпимого отношения к коррупции.
УК-12 Цифровая грамотность	УК-12.1. 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;

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	УК-12.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп. ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ОПК-8 Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	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 (ПК)*, 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
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-4 Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	**Код и наименование проф. стандарта,** на основании которого сформулирована ПК
	ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.	

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

8. МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО «Реклама», по направлению подготовки/специальности 42.03.01. Реклама и связи с общественностью

		Универсальные компетенции											
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-4: Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно- профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах	УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-8: Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-9: Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-10: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-11: Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-12: 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 информации и данных
Блок 1	**Дисциплины (модули)**												
Б1.О	Обязательная часть												
Б1.О.01	Базовая компонента												

	Политология		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5			УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Математика и статистика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
	Введение в специальность	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
	Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности								УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6				
	Компьютерные технологии и информатика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											УК-12.1; УК-12.2
	История России					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3;							
	Философия					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Основы российской государственности					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4;							

						УК-5.5; УК-5.6							
	История религий России					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Физическая культура							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3		УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3			
	Основы менеджмента		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-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7				УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3		
	Основы маркетинга		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Основы дизайна												УК-12.1; УК-12.2
	История рекламы и связей с общественностью					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Основы экономики	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5								УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3		
	Основы права		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	
	Технологии производства в рекламе и												

	связях с общественностью												
	Иностранный язык				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Русский язык как иностранный				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.02	Вариативная компонента												
	Социология			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Литература					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Искусство					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Основы теории коммуникации			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Русский язык и культура речи				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5;								

					УК-4.6; УК-4.7								
	Компьютерные технологии в дизайне рекламы												УК-12.1; УК-12.2
	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе		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									
	Основы интегрированных коммуникаций в PR		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									
	Междисциплинарная курсовая работа		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									
	Психология рекламы и PR			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6		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-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
	Управление человеческими ресурсами			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; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
	Мировая экономика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										

	Междисциплинарный курсовой проект			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Теория и практика массовой информации												
	Информационные технологии в рекламе и PR												УК-12.1; УК-12.2
	Маркетинговые исследования	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Имидж регионов мира		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)												
	Медиапланирование												
	Основы брендинга												
	Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	
	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации												
	Профиль "Цифровые маркетинговые коммуникации"												+

	Омниканальный маркетинг												
	Управление лояльностью												
	Креативные технологии в цифровой среде												
	Основы продвижения на маркет-плейсах												
	Курсовая работа по дисциплине профиля	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	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; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						УК-12.1; УК-12.2
	Профессиональный иностранный язык				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Профессиональный русский язык				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
	Прикладная физическая культура							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3					
	Нестандартные рекламные и PR-технологии												
	Реклама в современном мире												
	PR в современном мире												
	Разработка рекламной идеи												
	Информационные ресурсы для												

	коммуникационной деятельности												
	Креативные коммуникации												
	Современные технологии презентации												
	Актуальные аспекты PR-деятельности												
	Основы разработки PR-проектов												
	Введение в журналистику												
	Креатив в дизайне												
	Практические аспекты в рекламе												
	Основы визуальных коммуникаций					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Технологии создания персонального имиджа					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Арт-менеджмент					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Ораторское искусство					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Художественные образы в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4;							

						УК-5.5; УК-5.6							
	Введение в цифровые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Мировая художественная культура					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Основы публичного выступления					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Массовая культура в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Личный бренд с нуля					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Имиджевые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	Звуковые образы в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

	Методы воздействия в массовых коммуникациях				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Литературное редактирование медиатекстов				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	История кинематографа				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Развитие креативного мышления				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Имидж территорий				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Бизнес-этикет				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Практика медиакоммуникаций				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4;								

					УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Введение в коучинг				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Основы работы с общественным мнением				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Введение в психологию коммуникаций				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Тренды медиадизайна				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Стереотипы и архетипы в коммуникациях				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Практика мультимедийного контента												
	Продакт плейсмент												
	Знаковые системы в дизайне												

	Индустрия маркетинговых услуг												
	Практика социальной рекламы												
	Практика цифровых коммуникаций												
	Разработка коммуникационного проекта												
	Технологии создания рекламного образа												
	Введение в политические коммуникации												
	PR: бизнес-стратегии и бизнес- процессы												
	Сторителлинг												
	Современная инфографика												
	Дисциплины междисциплинарного модуля												
	Организация работы отделов рекламы			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Организация работы PR-отделов			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Менеджмент цифровых коммуникаций			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	Событийный маркетинг												
	Разработка нового продукта												

	Креативные стратегии												
	Бренд-коммуникации												
	Продюсирование в коммуникационной деятельности												
	Спичрайтинг												
	Индустрия цифровых коммуникаций												
	Креатив в маркетинге												
	Визуальная коммуникация бренда												
	Спонсорство и партнерство												
	Культурно-креативные индустрии												
	Авторское право			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-4.7								
	Нейминг			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-4.7								
	Введение в лингвомаркетинг			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-4.7								
	Основы контент-маркетинга			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-4.7								

	HR-коммуникации в PR			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-4.7								
	Современные форматы Sales Promotion			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-4.7								
	Контент цифровых медиа			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-4.7								
	Юридическое сопровождение в рекламе и PR			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-4.7								
	Социальный маркетинг			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-4.7								
	Внутренние коммуникации			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-4.7								
	Практикум ведения переговоров			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4;	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4;								

				УК-3.5; УК-3.6	УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Этика в маркетинговых коммуникациях		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Маркетинг на B2C рынке		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Нейромаркетинг		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Практика немедийных коммуникаций		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	CRM-системы		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	История коммуникационного бизнеса		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Управление медиамиксом		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Продвижение в шоу-бизнесе		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Эмоциональный интеллект		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3;										

			УК-2.4; УК-2.5										
	Современные аспекты мониторинга СМИ		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Создание видеоконтента		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR												УК-12.1; УК-12.2
	Сторителлинг в цифровой среде												УК-12.1; УК-12.2
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера												УК-12.1; УК-12.2
	Инструментальные средства бизнес-аналитики												УК-12.1; УК-12.2
	Influence-маркетинг												УК-12.1; УК-12.2
	Технологии презентации и переговоров												УК-12.1; УК-12.2
	IT-системы E-commerce												УК-12.1; УК-12.2
	Информационная безопасность												УК-12.1; УК-12.2
	Копирайтинг в рекламе												
	Копирайтинг в PR												
	Копирайтинг в цифровых медиа												
	Современные стратегии и тактики продвижения												
	Эффективность коммуникационных кампаний												
	Технологии геймификации в системе												

	продвижения товаров и услуг												
	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций												
	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций												
	Коммуникационный дизайн												
	Социальный брендинг												
	Медиаэкономика												
	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях												
	Методы коммуникационных исследований												
	Performance-маркетинг												
	Менеджмент рекламного агентства												УК-12.1; УК-12.2
	Теория и практика рекламных кампаний												УК-12.1; УК-12.2
	Разработка digital-проекта												УК-12.1; УК-12.2
	Управление коммуникационными проектами												УК-12.1; УК-12.2
	Out-of-home реклама												УК-12.1; УК-12.2
	Теория и практика PR-кампаний												УК-12.1; УК-12.2
	Тренды в медиапотреблении												УК-12.1; УК-12.2
	Управление кризисами												УК-12.1; УК-12.2
	Контент-маркетинг												УК-12.1; УК-12.2
	Анализ данных и искусственный интеллект												УК-12.1; УК-12.2

	Мобильный маркетинг												УК-12.1; УК-12.2
Блок 2	**Практика**												
Б2.О	Обязательная часть												
Б2.О.01	Базовая компонента												
Б2.О.02	Вариативная компонента												
Б2.О.02.01(У)	Учебная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7					УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Б2.В.01(П)	Производственная (ознакомительная) практика												
Б2.В.02(П)	Производственная (проектная) практика												
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	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-4.7	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-6.5; УК-6.6; УК-6.7	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3	УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	УК-12.1; УК-12.2
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-1.6; УК-1.7	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-4.7	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-6.5; УК-6.6; УК-6.7	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3	УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	УК-12.1; УК-12.2
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	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-4.7	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-6.5; УК-6.6; УК-6.7	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3	УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	УК-12.1; УК-12.2

		Общепрофессиональные компетенции							
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ОПК-1: Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Блок 1	**Дисциплины (модули)**								
Б1.О	Обязательная часть								
Б1.О.01	Базовая компонента								
	Политология		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	Математика и статистика								
	Введение в специальность				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности								
	Компьютерные технологии и информатика						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	История России								
	Философия		ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2			

	Основы российской государственности								
	История религий России								
	Физическая культура								
	Основы менеджмента								
	Основы маркетинга				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Основы дизайна	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2			ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	История рекламы и связей с общественностью			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	Основы экономики								
	Основы права		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2		ОПК-6.1; ОПК-6.2		
	Иностранный язык	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	Русский язык как иностранный	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
Б1.О.02	Вариативная компонента								
	Социология								
	Литература			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	Искусство			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	Основы теории коммуникации		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
	Русский язык и культура речи	ОПК-1.1; ОПК-1.2			ОПК-4.1; ОПК-4.2				
	Компьютерные технологии в дизайне рекламы				ОПК-4.1; ОПК-4.2		ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3

	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Основы интегрированных коммуникаций в PR				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Междисциплинарная курсовая работа				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Психология рекламы и PR				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Управление человеческими ресурсами								
	Мировая экономика								
	Междисциплинарный курсовой проект				ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	Теория и практика массовой информации					ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Информационные технологии в рекламе и PR						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	Маркетинговые исследования				ОПК-4.1; ОПК-4.2				
	Имидж регионов мира					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Медиапланирование					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	Основы брендинга	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			

	Профиль "Цифровые маркетинговые коммуникации"								
	Омниканальный маркетинг				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	Управление лояльностью					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	Креативные технологии в цифровой среде	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	Основы продвижения на маркет-плейсах								
	Курсовая работа по дисциплине профиля						ОПК-6.1; ОПК-6.2		
	Профессиональный иностранный язык	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	Профессиональный русский язык	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
	Прикладная физическая культура								
	Нестандартные рекламные и PR- технологии								
	Реклама в современном мире								
	PR в современном мире								
	Разработка рекламной идеи								
	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности								
	Креативные коммуникации								
	Современные технологии презентации								
	Актуальные аспекты PR-деятельности								
	Основы разработки PR-проектов								

	Введение в журналистику								
	Креатив в дизайне								
	Практические аспекты в рекламе								
	Основы визуальных коммуникаций								
	Технологии создания персонального имиджа								
	Арт-менеджмент								
	Ораторское искусство								
	Художественные образы в коммуникациях								
	Введение в цифровые коммуникации								
	Мировая художественная культура								
	Основы публичного выступления								
	Массовая культура в коммуникациях								
	Личный бренд с нуля								
	Имиджевые коммуникации								
	Звуковые образы в коммуникациях								
	Методы воздействия в массовых коммуникациях								
	Литературное редактирование медиатекстов								
	История кинематографа								
	Развитие креативного мышления								
	Имидж территорий								
	Бизнес-этикет								
	Практика медиакоммуникаций								

	Введение в коучинг								
	Основы работы с общественным мнением								
	Введение в психологию коммуникаций								
	Тренды медиадизайна								
	Стереотипы и архетипы в коммуникациях								
	Практика мультимедийного контента								
	Продакт плейсмент								
	Знаковые системы в дизайне								
	Индустрия маркетинговых услуг								
	Практика социальной рекламы								
	Практика цифровых коммуникаций								
	Разработка коммуникационного проекта								
	Технологии создания рекламного образа								
	Введение в политические коммуникации								
	PR: бизнес-стратегии и бизнес- процессы								
	Сторителлинг								
	Современная инфографика								
	Дисциплины междисциплинарного модуля								
	Организация работы отделов рекламы								
	Организация работы PR-отделов								

	Менеджмент цифровых коммуникаций								
	Событийный маркетинг								
	Разработка нового продукта								
	Креативные стратегии								
	Бренд-коммуникации								
	Продюсирование в коммуникационной деятельности								
	Спичрайтинг								
	Индустрия цифровых коммуникаций								
	Креатив в маркетинге								
	Визуальная коммуникация бренда								
	Спонсорство и партнерство								
	Культурно-креативные индустрии								
	Авторское право								
	Нейминг								
	Введение в лингвомаркетинг								
	Основы контент-маркетинга								
	HR-коммуникации в PR								
	Современные форматы Sales Promotion								
	Контент цифровых медиа								
	Юридическое сопровождение в рекламе и PR								
	Социальный маркетинг								
	Внутренние коммуникации								
	Практикум ведения переговоров								
	Этика в маркетинговых коммуникациях								
	Маркетинг на B2C рынке								

	Нейромаркетинг								
	Практика немедийных коммуникаций								
	CRM-системы								
	История коммуникационного бизнеса								
	Управление медиамиксом								
	Продвижение в шоу-бизнесе								
	Эмоциональный интеллект								
	Современные аспекты мониторинга СМИ								
	Создание видеоконтента								
	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR								
	Сторителлинг в цифровой среде								
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера								
	Инструментальные средства бизнес- аналитики								
	Influence-маркетинг								
	Технологии презентации и переговоров								
	IT-системы E-commerce								
	Информационная безопасность								
	Копирайтинг в рекламе								
	Копирайтинг в PR								
	Копирайтинг в цифровых медиа								
	Современные стратегии и тактики продвижения								
	Эффективность коммуникационных кампаний								

	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг								
	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций								
	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций								
	Коммуникационный дизайн								
	Социальный брендинг								
	Медиаэкономика								
	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях								
	Методы коммуникационных исследований								
	Performance-маркетинг								
	Менеджмент рекламного агентства								
	Теория и практика рекламных кампаний								
	Разработка digital-проекта								
	Управление коммуникационными проектами								
	Out-of-home реклама								
	Теория и практика PR-кампаний								
	Тренды в медиапотреблении								
	Управление кризисами								
	Контент-маркетинг								
	Анализ данных и искусственный интеллект								
	Мобильный маркетинг								
Блок 2	**Практика**								
Б2.О	Обязательная часть								

Б2.О.01	**Базовая компонента**	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.О.02	**Вариативная компонента**	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.О.02.01(У)	Учебная практика								
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б2.В.01(П)	Производственная (ознакомительная) практика								
Б2.В.02(П)	Производственная (проектная) практика								
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Блок 3	**Государственная итоговая аттестация**								
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3

		Профессиональные компетенции		
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4: Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании
Блок 1	**Дисциплины (модули)**			
Б1.О	Обязательная часть			
Б1.О.01	**Базовая компонента**			
	Политология			
	Математика и статистика			
	Введение в специальность	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности			
	Компьютерные технологии и информатика			
	История России			
	Философия			
	Основы российской государственности			
	История религий России			
	Физическая культура			
	Основы менеджмента	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы маркетинга		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы дизайна			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	История рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Основы экономики			
	Основы права			

	Технологии производства в рекламе и связях с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Иностранный язык			
	Русский язык как иностранный			
Б1.О.02	Вариативная компонента			
	Социология			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Литература			
	Искусство			
	Основы теории коммуникации			
	Русский язык и культура речи			
	Компьютерные технологии в дизайне рекламы	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы интегрированных коммуникаций в PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Междисциплинарная курсовая работа		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Психология рекламы и PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Управление человеческими ресурсами	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Мировая экономика			
	Междисциплинарный курсовой проект		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Теория и практика массовой информации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Информационные технологии в рекламе и PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Маркетинговые исследования		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Имидж регионов мира			
	Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)			
	Медиапланирование	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы брендинга	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Профиль "Цифровые маркетинговые коммуникации"			
	Омниканальный маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

	Управление лояльностью	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Креативные технологии в цифровой среде	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы продвижения на маркет-плейсах	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Курсовая работа по дисциплине профиля			
	Профессиональный иностранный язык			
	Профессиональный русский язык			
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
	Прикладная физическая культура			
	Нестандартные рекламные и PR- технологии	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Реклама в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	PR в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Разработка рекламной идеи	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Креативные коммуникации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Современные технологии презентации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Актуальные аспекты PR- деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Основы разработки PR-проектов	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Введение в журналистику	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Креатив в дизайне	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Практические аспекты в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Основы визуальных коммуникаций			
	Технологии создания персонального имиджа			
	Арт-менеджмент			
	Ораторское искусство			
	Художественные образы в коммуникациях			
	Введение в цифровые коммуникации			
	Мировая художественная культура			
	Основы публичного выступления			
	Массовая культура в коммуникациях			
	Личный бренд с нуля			
	Имиджевые коммуникации			
	Звуковые образы в коммуникациях			

	Методы воздействия в массовых коммуникациях			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Литературное редактирование медиатекстов			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	История кинематографа			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Развитие креативного мышления			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Имидж территорий			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Бизнес-этикет			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика медиакоммуникаций			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Введение в коучинг			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Основы работы с общественным мнением			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Введение в психологию коммуникаций			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Тренды медиадизайна			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Стереотипы и архетипы в коммуникациях			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика мультимедийного контента			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Продакт плейсмент			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Знаковые системы в дизайне			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Индустрия маркетинговых услуг			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика социальной рекламы			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика цифровых коммуникаций			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Разработка коммуникационного проекта			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Технологии создания рекламного образа			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Введение в политические коммуникации			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	PR: бизнес-стратегии и бизнес- процессы			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Сторителлинг			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Современная инфографика			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Организация работы отделов рекламы	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Организация работы PR-отделов	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Менеджмент цифровых коммуникаций	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Событийный маркетинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Разработка нового продукта		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Креативные стратегии		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Бренд-коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Продюсирование в коммуникационной деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		

	Спичрайтинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Индустрия цифровых коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Креатив в маркетинге		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Визуальная коммуникация бренда		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Спонсорство и партнерство		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Культурно-креативные индустрии		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Авторское право			
	Нейминг			
	Введение в лингвомаркетинг			
	Основы контент-маркетинга			
	HR-коммуникации в PR			
	Современные форматы Sales Promotion			
	Контент цифровых медиа			
	Юридическое сопровождение в рекламе и PR			
	Социальный маркетинг			
	Внутренние коммуникации			
	Практикум ведения переговоров			
	Этика в маркетинговых коммуникациях			
	Маркетинг на B2C рынке			
	Нейромаркетинг			
	Практика немедийных коммуникаций			
	CRM-системы			
	История коммуникационного бизнеса			
	Управление медиамиксом			
	Продвижение в шоу-бизнесе			
	Эмоциональный интеллект			
	Современные аспекты мониторинга СМИ			
	Создание видеоконтента			
	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR			
	Сторителлинг в цифровой среде			
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера			
	Инструментальные средства бизнес- аналитики			

	Influence-маркетинг			
	Технологии презентации и переговоров			
	IT-системы E-commerce			
	Информационная безопасность			
	Копирайтинг в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Копирайтинг в PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Копирайтинг в цифровых медиа	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Современные стратегии и тактики продвижения		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Эффективность коммуникационных кампаний		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Коммуникационный дизайн		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Социальный брендинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Медиаэкономика		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Методы коммуникационных исследований		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Performance-маркетинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Менеджмент рекламного агентства	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Теория и практика рекламных кампаний	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Разработка digital-проекта	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Управление коммуникационными проектами	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Out-of-home реклама	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Теория и практика PR-кампаний	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Тренды в медиапотреблении	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Управление кризисами	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Контент-маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Анализ данных и искусственный интеллект	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Мобильный маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
Блок 2	**Практика**			
Б2.О	Обязательная часть			

Б2.О.01	Базовая компонента			
Б2.О.02	Вариативная компонента			
Б2.О.02.01(У)	Учебная практика			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б2.В.01(П)	Производственная (ознакомительная) практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.В.02(П)	Производственная (проектная) практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Блок 3	**Государственная итоговая аттестация**			
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3