

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов»

Филологический факультет

Принято Ученым советом
филологического факультета
18 июня 2019 г. протокол № 9



Утверждаю
проректор по учебной работе от
А.П. Ефремов
2019 г.

**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

в соответствии с перечнем, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.09.2013г. № 1061.

Программа разработана в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН, утвержденным приказом ректора от 29.12.2018 г. № 1043.

Квалификация выпускника: **бакалавр**

Направленность программы (профиль): **общий**

Нормативный срок освоения программы: **4 года**

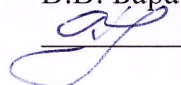
Форма обучения: **очная, очно-заочная, заочная**

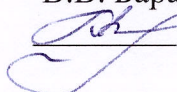
Сведения об особенностях реализации основной образовательной программы: **нет**

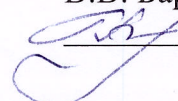
Руководитель программы:

Согласовано:
Председатель МССН

Согласовано:
Декан факультета/
директор института

В.В. Барабаш
 2019 г.

В.В. Барабаш
 2019 г.

В.В. Барабаш
 2019 г.

2019 г.

Описание образовательной программы.

Общая характеристика ОП ВО

1.1. Цель (миссия) ОП ВО.

Программа бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» даёт образование в области: коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии и техники пропаганды общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде. Студенты изучают широкий круг дисциплин в сфере массовой коммуникации, а также получают необходимые для жизни и работы знания и навыки общегуманитарного характера, навыки межкультурного общения и практической деятельности в образовательных организациях.

Студенты направления имеют возможность обучения по дополнительной образовательной программе «Переводчик». Обладая обширными международными связями, уровнем подготовки и квалификации преподавательского состава кафедры предлагает студентам только новейшие методики и технологии профессии. Выпускающей кафедрой является кафедра массовых коммуникаций.

1.2. Основные сведения.

Программа бакалавриата реализуется на очном и очно-заочном отделении филологического факультета по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Широкая и основательная теоретическая и практическая подготовка позволяет выпускникам работать в смежных профессиональных областях, быстро адаптироваться к потребностям в области сферы массовых коммуникаций.

Помимо штатных преподавателей часть дисциплин читают приглашенные специалисты-практики.

1.3. Особенности реализации ОП ВО.

Реализация программы ведется с использованием лекционных и семинарских занятий, компьютерных технологий, аудио-визуального оборудования, интернет технологий и телекоммуникационной учебно-информационной системы (ТУИС РУДН). Программа реализуется на русском языке. В программу включены учебная, производственная и преддипломная практика. Инфраструктура факультета: лекционные залы, оснащённые мультимедийным оборудованием; компьютерные классы; аудитории для семинарских и практических занятий, оснащённые компьютерами и проекторами; аудитории для изучения иностранного языка, оснащённые телевизорами, магнитофонами, дипломного проектирования; доступ к беспроводной сети Интернет(Wi-Fi); телевизионная студия; радиостудия.

1.4. Потребность рынка труда в выпускниках данной ОП ВО.

Потенциальными работодателями являются представители коммуникационной сферы, а также представители смежной сферы средств массовой информации. Выпускники РУДН востребованы на рынке труда и с легкостью устраиваются в ведущие российские и зарубежные СМИ.

1.5. Требования к абитуриенту.

Прием ведется на очное (бюджетные и контрактные места) и очно-заочное отделения (контрактная основа) по результатам вступительных испытаний. Для поступления на программу абитуриенту необходимо предоставить результаты ЕГЭ по обществознанию, русскому и истории.

1.6. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОП:

1.6.1 Область профессиональной деятельности включает:

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.

1.6.2. Объектами профессиональной деятельности являются: государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации;

научные и образовательные учреждения и организации;

производственные и сервисные предприятия;

негосударственные, общественные, коммерческие учреждения и организации, средства массовой информации.

1.6.3. Виды профессиональной деятельности:

- организационный,
- коммуникационный.

1.7. Требования к результатам освоения ОП ВО.

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 безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

УК-9. Способен к взаимодействию в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с учетом требований информационной безопасности, этических и правовых норм.

Общепрофессиональные 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-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 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.

Профессиональные компетенции:

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПКО-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;

ПК-1. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

1.8. Матрица компетенций.

	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	УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в	УК-4: Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском как иностранном и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-	УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию	УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения
Блок	Обязательная часть							
	Иностранный язык				+			
	История России					+		
	Введение в специальность							
	Компьютерные технологии и информатика							
	Правоведение		+					
	Математика и статистика							
	Философия					+		
	Безопасность жизнедеятельности							
	Концепции современного естествознания	+						
	Физическая культура							+
	Основы дизайна и композиции							
	История рекламы и связей с общественностью							
	Основы менеджмента		+					
	Основы экономики					+		
	Политология					+		
	Основы маркетинга		+					
	Технологии производства в рекламе и связях с							
	Часть, формируемая участниками образовательных							
	Основы риторики и							
	Социология массовых коммуникаций							
	Теория и практика массовой коммуникации							
	Межкультурная коммуникация							

	Психология рекламы и PR							
	Основы теории коммуникации							
	Политический PR							
	Политическая реклама							
	Интернет технологии в массовых коммуникациях							
	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе							
	Основы интегрированных коммуникаций в PR							
	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций		+					
	Интегрированные коммуникации в бизнесе			+				
	Организация и проведение PR-кампаний		+	+				
	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью			+				
	Организация работы пресс-						+	
	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	+						
	Отраслевой PR							
	New и Social Media							
	Основы брендинга							
	Иностранный язык (продвинутый уровень)				+			
	Антикризисное управление							
	Социология рекламы							
	Копирайтинг в рекламе и PR							
	Media Relations							
	PR в органах государственной власти							
	Производственные процессы в							
	Деловой этикет			+		+		
	Имагология					+		
	Психология управления			+				
	PR и международные отношения					+		
	Прикладная физическая							+
	Иностранный язык (деловое общение)							
	Русский язык (деловое общение)							
	История русского искусства							
	Техника и технологии СМИ							

Лингвистические аспекты информационного права					+			
Дискуссионные проблемы России 20 в.						+		
PR и внешняя политика								
Профессиональная этика						+		
Корпоративная и социальная ответственность в МК						+		
Семиотика и язык рекламы								
Технологии производства развлекательных программ на								
Игровые коммуникации в журналистике и PR								
Стереотипы в МК								
Английский язык для научных целей					+			
Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов	+							
Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда							+	
Реклама и PR в современном								
Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности								
Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос	+		+					
Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и								
Стартап: правовая помощь в организации бизнеса			+					
Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании			+				+	
Организация предпринимательской								
Коммуникации и конфликтология в								
Введение в анализ данных								
Блокчейн								
Реклама, PR, имидж								
Внутрикорпоративные/внешние коммуникации								
Digital коммуникации								

	Профессиональные коммуникации (иностраннй)				+			
	Профессиональные коммуникации (русский)				+			
Блок	Обязательная часть							
	Часть, формируемая участниками образовательных							
	Учебно-ознакомительная			+	+		+	
	Производственная (технологическая) практика			+				
	Преддипломная практика							

		Универсальные компетенции	
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	УК-8: Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-9: Способен к взаимодействию в условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с учетом требований информационной безопасности, этических и
Блок	Обязательная часть		
	Иностранный язык		
	История России		
	Введение в специальность		+
	Компьютерные технологии и информатика		
	Правоведение		+
	Математика и статистика		
	Философия		
	Безопасность жизнедеятельности	+	
	Концепции современного естествознания		
	Физическая культура		
	Основы дизайна и композиции		
	История рекламы и связей с общественностью		
	Основы менеджмента		

	Основы экономики		+
	Политология		
	Основы маркетинга		
	Технологии производства в рекламе и связях с		
	Часть, формируемая участниками образовательных		
	Основы риторики и		
	Социология массовых коммуникаций		
	Теория и практика массовой коммуникации		
	Межкультурная коммуникация		
	Психология рекламы и PR		
	Основы теории коммуникации		
	Политический PR		
	Политическая реклама		
	Интернет технологии в массовых коммуникациях		
	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе		
	Основы интегрированных коммуникаций в PR		
	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций		
	Интегрированные коммуникации в бизнесе		
	Организация и проведение PR-кампаний		
	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		
	Организация работы пресс-		
	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
	Отраслевой PR		
	New и Social Media		
	Основы брендинга		
	Иностранный язык (продвинутый уровень)		
	Антикризисное управление		
	Социология рекламы		
	Копирайтинг в рекламе и PR		
	Media Relations		
	PR в органах государственной власти		

	Производственные процессы в		
	Деловой этикет		
	Имагология		
	Психология управления		
	PR и международные отношения		
	Прикладная физическая		
	Иностранный язык (деловое общение)		
	Русский язык (деловое общение)		
	История русского искусства		
	Техника и технологии СМИ		
	Лингвистические аспекты информационного права		
	Дискуссионные проблемы России 20 в.		
	PR и внешняя политика		
	Профессиональная этика		
	Корпоративная и социальная ответственность в МК		
	Семиотика и язык рекламы		
	Технологии производства развлекательных программ на		
	Игровые коммуникации в журналистике и PR		
	Стереотипы в МК		
	Английский язык для научных целей		
	Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов		
	Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда		
	Реклама и PR в современном		
	Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности		
	Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос		
	Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и		
	Стартап: правовая помощь в организации бизнеса		

	Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании		
	Организация предпринимательской		
	Коммуникации и конфликтология в		
	Введение в анализ данных		
	Блокчейн		
	Реклама, PR, имидж		
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации		
	Digital коммуникации		
	Профессиональные коммуникации (иностраннй)		
	Профессиональные коммуникации (русский)		
Блок	Обязательная часть		
	Часть, формируемая участниками образовательных		
	Учебно-ознакомительная		
	Производственная (технологическая) практика		
	Преддипломная практика		

		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 медиапродуктах и (или) коммуникациях и (или) медиапродуктах	ОПК-3: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в создании освещения медиапродуктов и (или) медиапродуктов	ОПК-4: Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в	ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития	ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные	ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной
Блок	Обязательная часть							
	Иностранный язык							
	История России							
	Введение в специальность	+	+					

Компьютерные технологии и информатика							+	
Правоведение								
Математика и статистика							+	
Философия								
Безопасность жизнедеятельности								
Концепции современного естествознания								
Физическая культура								
Основы дизайна и композиции							+	
История рекламы и связей с общественностью						+		
Основы менеджмента								
Основы экономики								
Политология								
Основы маркетинга								
Технологии производства в рекламе и связях с							+	
Часть, формируемая участниками образовательных								
Основы риторики и	+							
Социология массовых коммуникаций							+	+
Теория и практика массовой коммуникации		+						
Межкультурная коммуникация						+		
Психология рекламы и PR								+
Основы теории коммуникации		+						
Политический PR						+		
Политическая реклама						+		
Интернет технологии в массовых коммуникациях							+	
Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	+	+						
Основы интегрированных коммуникаций в PR	+	+						
Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций	+	+						
Интегрированные коммуникации в бизнесе	+	+						
Организация и проведение PR-кампаний					+			
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		+	+	+				
Организация работы пресс-					+			

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ					+			+
Отраслевой PR						+		
New и Social Media				+			+	
Основы брендинга				+			+	
Иностранный язык (продвинутый уровень)								
Антикризисное управление					+			+
Социология рекламы					+			+
Копирайтинг в рекламе и PR	+	+	+					
Media Relations	+				+			+
PR в органах государственной власти	+	+	+					
Производственные процессы в	+	+						
Деловой этикет					+			
Имагология					+			
Психология управления						+		
PR и международные отношения								
Прикладная физическая								
Иностранный язык (деловое общение)								
Русский язык (деловое общение)								
История русского искусства						+		
Техника и технологии СМИ							+	
Лингвистические аспекты информационного права	+							
Дискуссионные проблемы России 20 в.								
PR и внешняя политика						+		
Профессиональная этика								
Корпоративная и социальная ответственность в МК								+
Семиотика и язык рекламы	+							
Технологии производства развлекательных программ на	+	+						
Игровые коммуникации в журналистике и PR		+	+					
Стереотипы в МК	+				+		+	
Английский язык для научных целей								
Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов		+						
Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда								

	Реклама и PR в современном	+			+			
	Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности			+				
	Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос							
	Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и				+			
	Стартап: правовая помощь в организации бизнеса							
	Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании							
	Организация предпринимательской							
	Коммуникации и конфликтология в							
	Введение в анализ данных							
	Блокчейн							
	Реклама, PR, имидж			+		+	+	
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации			+			+	
	Digital коммуникации					+		
	Профессиональные коммуникации (иностраннй)							
	Профессиональные коммуникации (русский)							
Блок	Обязательная часть							
	Часть, формируемая участниками образовательных							
	Учебно-ознакомительная	+	+		+			
	Производственная (технологическая) практика				+	+	+	+
	Преддипломная практика	+				+	+	+

	Общепрофессиональные компетенции
--	----------------------------------

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	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	Обязательная часть	
	Иностранный язык	
	История России	
	Введение в специальность	
	Компьютерные технологии и информатика	
	Правоведение	
	Математика и статистика	
	Философия	
	Безопасность жизнедеятельности	
	Концепции современного естествознания	
	Физическая культура	
	Основы дизайна и композиции	
	История рекламы и связей с общественностью	
	Основы менеджмента	
	Основы экономики	
	Политология	
	Основы маркетинга	
	Технологии производства в рекламе и связях с	
	Часть, формируемая участниками образовательных	
	Основы риторики и	
	Социология массовых коммуникаций	
	Теория и практика массовой коммуникации	
	Межкультурная коммуникация	
	Психология рекламы и PR	

	Основы теории коммуникации	
	Политический PR	
	Политическая реклама	
	Интернет технологии в массовых коммуникациях	
	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	+
	Основы интегрированных коммуникаций в PR	+
	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций	
	Интегрированные коммуникации в бизнесе	
	Организация и проведение PR-кампаний	
	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	
	Организация работы пресс-	
	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
	Отраслевой PR	
	New и Social Media	
	Основы брендинга	
	Иностранный язык (продвинутый уровень)	
	Антикризисное управление	
	Социология рекламы	
	Копирайтинг в рекламе и PR	
	Media Relations	
	PR в органах государственной власти	
	Производственные процессы в	+
	Деловой этикет	
	Имагология	
	Психология управления	
	PR и международные отношения	
	Прикладная физическая	
	Иностранный язык (деловое общение)	
	Русский язык (деловое общение)	
	История русского искусства	
	Техника и технологии СМИ	
	Лингвистические аспекты информационного права	

	Дискуссионные проблемы России 20 в.	
	PR и внешняя политика	
	Профессиональная этика	
	Корпоративная и социальная ответственность в МК	
	Семиотика и язык рекламы	
	Технологии производства развлекательных программ на	
	Игровые коммуникации в журналистике и PR	
	Стереотипы в МК	
	Английский язык для научных целей	
	Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов	
	Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда	
	Реклама и PR в современном	
	Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности	
	Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос	
	Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и	
	Стартап: правовая помощь в организации бизнеса	
	Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании	
	Организация предпринимательской	
	Коммуникации и конфликтология в	
	Введение в анализ данных	
	Блокчейн	
	Реклама, PR, имидж	
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	
	Digital коммуникации	
	Профессиональные коммуникации (иностраный)	

	Профессиональные коммуникации (русский)	
Блок	Обязательная часть	
	Часть, формируемая участниками образовательных	
	Учебно-ознакомительная	
	Производственная (технологическая) практика	
	Преддипломная практика	

		Профессиональные			
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПКО-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-2: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-3: Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при	ПК-1: Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения.
Блок	Обязательная часть				
	Иностранный язык				
	История России				
	Введение в специальность				
	Компьютерные технологии и информатика				
	Правоведение				
	Математика и статистика				
	Философия				
	Безопасность жизнедеятельности				
	Концепции современного естествознания				
	Физическая культура				
	Основы дизайна и композиции				
	История рекламы и связей с общественностью				
	Основы менеджмента				
	Основы экономики				
	Политология				
	Основы маркетинга				

Технологии производства в рекламе и связях с				
Часть, формируемая участниками образовательных				
Основы риторики и				
Социология массовых коммуникаций			+	
Теория и практика массовой коммуникации				
Межкультурная коммуникация				
Психология рекламы и PR		+	+	
Основы теории коммуникации				
Политический PR	+			
Политическая реклама	+			
Интернет технологии в массовых коммуникациях				+
Основы интегрированных коммуникаций в рекламе				
Основы интегрированных коммуникаций в PR	+			
Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций			+	+
Интегрированные коммуникации в бизнесе	+			
Организация и проведение PR-кампаний	+		+	
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	+			
Организация работы пресс-	+			
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ			+	
Отраслевой PR	+	+		
New и Social Media	+	+	+	+
Основы брендинга				
Иностранный язык (продвинутый уровень)				
Антикризисное управление	+			
Социология рекламы		+	+	
Копирайтинг в рекламе и PR		+		+
Media Relations		+		
PR в органах государственной власти	+	+		
Производственные процессы в		+		+
Деловой этикет				
Имагология				

	Психология управления		+		
	PR и международные отношения				
	Прикладная физическая				
	Иностранный язык (деловое общение)				
	Русский язык (деловое общение)				
	История русского искусства				
	Техника и технологии СМИ				
	Лингвистические аспекты информационного права				
	Дискуссионные проблемы России 20 в.				
	PR и внешняя политика				
	Профессиональная этика				
	Корпоративная и социальная ответственность в МК				
	Семиотика и язык рекламы				
	Технологии производства развлекательных программ на				+
	Игровые коммуникации в журналистике и PR				+
	Стереотипы в МК				
	Английский язык для научных целей				
	Визуальный сторителлинг: от простых идей до мультимедийных проектов				
	Порядок формирования личных доходов в виде оплаты труда				
	Реклама и PR в современном				
	Практические основы межкультурной коммуникации и социализации личности				
	Эстетика нелинейности в современной карте мира. Фракталы и хаос				
	Создание инноваций для повышения качества жизни (создание новых товаров и				
	Стартап: правовая помощь в организации бизнеса				
	Финансовые институты. Влияние ФИ на систему бизнес – процессов современной коммерческой Компании				
	Организация предпринимательской				

	Коммуникации и конфликтология в				
	Введение в анализ данных				
	Блокчейн				
	Реклама, PR, имидж	+			
	Внутрикорпоративные/внешние коммуникации	+			
	Digital коммуникации	+			
	Профессиональные коммуникации (иностраннй)				
	Профессиональные коммуникации (русский)				
Блок	Обязательная часть				
	Часть, формируемая участниками образовательных				
	Учебно-ознакомительная				
	Производственная (технологическая) практика	+	+	+	+
	Преддипломная практика	+		+	