

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.06.2022 15:14:18
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Институт Мировой экономики и бизнеса

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

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

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

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

Направление подготовки/специальность:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

Рекламный менеджмент

(наименование ОП ВО)

Образовательная программа разработана в соответствии с требованиями:
ОС ВО РУДН, утвержденного приказом ректора № 371 от « 21 » мая 2021 г.

Уровень образования:

магистратура

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

Квалификация выпускника:

магистр

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

Срок получения образования по ОП ВО:

2 года

(очная форма обучения)

-

(очно-заочная форма обучения)

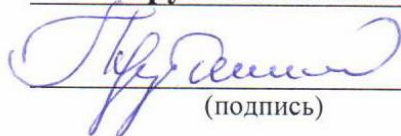
-

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы: _____

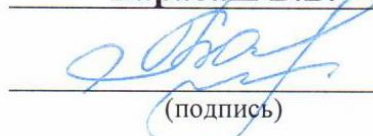
СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО
Трубникова Н.В.


(подпись)

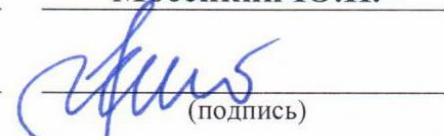
«__» _____ 20__ г.

Председатель МССН
Барабаш В.В.


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

Руководитель ОУП
Мосейкин Ю.Н.


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

2022 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

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

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

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

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

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

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

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

5. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

Потенциальный абитуриент магистерской программы «Управление связями с общественностью» - выпускник бакалавриата по профилям «Реклама», «Связи с общественностью», «Менеджмент», «Маркетинг», «Средства массовой информации и

коммуникации» и др., стремящиеся развивать свою карьеру и коммуникационные навыки, интересующиеся технологиями создания позитивного имиджа, инструментами продвижения товаров, услуг, идей и т.д.

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

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

6.1. 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

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

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

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

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

Практика*	База проведения практики <i>(наименование организации, место нахождения)</i>
Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)	ООО «Комьюнити» (Коммуника), г. Москва
Производственная практика	АО «Технополис "Москва"», АО «ИНТЕКО», РЕСО-гарантия, ООО «Орион Интернейшнл Евро», г. Москва
Научно-исследовательская работа	АО «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 «ДКФпроект»

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

7. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП

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

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

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

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции			
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации	
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5	
				Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5	
				Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5	
	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6	
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6	
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6	
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6	
	06.013 Специалист по информационным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	А/01.4	4
					Сканирование и обработка графической информации	А/02.4	4
Ведение информационных баз данных					А/03.4	4	

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				Размещение информации на сайте	A/04.4	4
				Поиск информации по тематике сайта	B/01.5	5
	B	Создание и редактирование информационных ресурсов	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
				Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.6	6
	C	Управление (менеджмент) информационным и ресурсами	6	Управление информацией из различных источников	C/02.6	6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.6	6
				Локальные изменения структуры сайта	C/04.6	6
				Анализ информационных потребностей	C/05.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации и	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации и
				посетителей сайта		
				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).

8. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;</p> <p>УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</p> <p>УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>УК-1.4. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;</p> <p>УК-1.5. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p>
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта;</p> <p>УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения;</p> <p>УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы;</p> <p>УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;</p> <p>УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в команде, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.2. Формулирует и учитывает в своей деятельности особенности поведения групп людей, выделенных в зависимости от поставленной цели;</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата;</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды;</p> <p>УК-3.5. Аргументирует свою точку зрения относительно использования идей других членов команды для достижения поставленной цели;</p> <p>УК-3.6. Участвует в командной работе по выполнению поручений.</p>
<p>УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Выбирает стиль делового общения, в зависимости от языка общения, цели и условий партнерства;</p> <p>УК-4.2. Адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия;</p> <p>УК-4.3. Осуществляет поиск необходимой информации для решения стандартных коммуникативных задач на русском и иностранном языках;</p> <p>УК-4.4. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.5. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.6. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности.</p>
<p>УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Интерпретирует историю России в контексте мирового исторического развития;</p> <p>УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;</p> <p>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;</p> <p>УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;</p> <p>УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	<p>деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;</p> <p>УК-5.6. Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>
<p>УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1. Контролирует количество времени, потраченного на конкретные виды деятельности;</p> <p>УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;</p> <p>УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;</p> <p>УК-6.4. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа ресурсов для их выполнения.</p>
<p>УК-7 Цифровая грамотность</p>	<p>УК-7.1. Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач;</p> <p>УК-7.2. Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных.</p>

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-1.2 Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-1.3 Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего</p>	<p>ОПК-2.1 Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.2 Умеет анализировать тенденции и причинно следственные связи в развитии общественных и государственных институтов</p> <p>ОПК-2.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	связей в развитии общественных и государственных институтов
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	<p>ОПК-3.1 Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p> <p>ОПК-3.2 Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры</p> <p>ОПК-3.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры</p>
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	<p>ОПК-4.1 Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований;</p> <p>ОПК-4.2 Умеет интерпретировать данные социологических\маркетинговых исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп и составлять прогноз спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в разных целевых аудиториях;</p> <p>ОПК-4.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории.</p>
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования</p> <p>ОПК-5.2 Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p> <p>ОПК-5.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1 Знает характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства</p> <p>ОПК-6.2 Умеет отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства</p> <p>ОПК-6.3 Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения</p>
ОПК-7 Способен оценивать и	ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. ОПК-7.2 Умеет формировать систему оценочных показателей возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере. ОПК-7.3 Прогнозирует возможные эффекты и оценивает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты на соответствие принципам социальной ответственности
ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-1.1 Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства ПКО-1.2 Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ПКО-1.3 Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации	С 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	коммуникационной работы	
ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	<p>ПКО-2.1 Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p>ПКО-2.2 Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПКО-2.3 Оценивает эффективность проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПКО-3.1 Формулирует концепцию научного исследования</p> <p>ПКО-3.2 Применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации</p> <p>ПКО-3.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы</p>	ПС 06.013 Специалист по информационным ресурсам; 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

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

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

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б1	Дисциплины (модули)							
Б1.О	Обязательная часть							
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6				
Б1.О.01.02	Профессиональный иностранный язык				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.О.02	Вариативная компонента							
Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR							УК-7.1; УК-7.2
Б1.О.02.02	Digital-маркетинг							УК-7.1; УК-7.2
Б1.О.02.03	Интегрированные бренд-коммуникации		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.О.02.04	Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б1.О.02.05	Международные маркетинговые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б1.О.02.06	Создание маркетингового контента							
Б1.О.02.07	Управление медиамиксом	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Б1.О.02.08	Коммуникационный практикум (мастер-класс)							
Б1.О.02.09	Эффективность рекламных кампаний	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5						
Б1.О.02.10	Медиаменеджмент и медиамаркетинг							
Б1.О.02.11	Психология управления коммуникациями	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5		УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6				
Б1.О.02.12	Управление коммуникационными проектами		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.О.02.13	Курсовая работа по дисциплине профиля	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовывать и руководить рабочей командой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)							
Б1.В.ДВ.01.01	Деловой иностранный язык (второй)				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.01.02	Деловой русский язык как иностранный (второй)				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)							
Б1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5			УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)							
Б1.В.ДВ.03.01	Управление потребительскими ожиданиями		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовывать и руководить рабочей командой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б1.В.ДВ.03.02	Событийный менеджмент		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)							
Б1.В.ДВ.04.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
Б1.В.ДВ.04.02	HR-коммуникации			УК-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	
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)							
Б1.В.ДВ.05.01	Репутационный менеджмент							
Б1.В.ДВ.05.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов							
Б2	Практика							
Б2.О	Обязательная часть	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2
Б2.О.01	Базовая компонента	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовать и руководить рабочей командой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б2.О.02	Вариативная компонента	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2
Б2.О.02.01(У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.О.02.02(П)	Производственная практика			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6			УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.О.02.03(Н)	Научно-исследовательская работа	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	
Б2.О.02.04(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б3	Государственная итоговая аттестация							
Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	УНИВЕРСАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ						
		УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-3 Способен организовывать и руководить рабочей командой, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) для академического и профессионального взаимодействия	УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-7 Цифровая грамотность
Б3.02	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4	УК-7.1; УК-7.2
ФТД	Факультативные дисциплины							
ФТД.01	Деловой иностранный язык							
ФТД.02	Профессиональный иностранный язык (второй)				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6		
ФТД.03	Практикум по работе с научно-информационными ресурсами	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
Б1	Дисциплины (модули)								
Б1.О	Обязательная часть								
Б1.О.01	Базовая компонента								
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии								
Б1.О.01.02	Профессиональный иностранный язык	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3							
Б1.О.02	Вариативная компонента								
Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.О.02.02	Digital-маркетинг						ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б1.О.02.03	Интегрированные бренд-коммуникации					ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;		
Б1.О.02.04	Маркетинговые исследования B2B - B2C рынков					ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;			
Б1.О.02.05	Международные маркетинговые коммуникации			ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3					

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
Б1.О.02.06	Создание маркетингового контента	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;		ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.О.02.07	Управление медиамиксом				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;		
Б1.О.02.08	Коммуникационный практикум (мастер-класс)				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3			
Б1.О.02.09	Эффективность рекламных кампаний				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;			ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.О.02.10	Медиаменеджмент и медиамаркетинг				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;		ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.О.02.11	Психология управления коммуникациями							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.О.02.12	Управление коммуникационными проектами					ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;		ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.О.02.13	Курсовая работа по дисциплине профиля								
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществ и индустрий медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
Б1.В.ДВ.0 1	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)								
Б1.В.ДВ.0 1.01	Деловой иностранный язык (второй)	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3							
Б1.В.ДВ.0 1.02	Деловой русский язык как иностранный (второй)	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3							
Б1.В.ДВ.0 2	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)								
Б1.В.ДВ.0 2.01	Клиентский сервис								
Б1.В.ДВ.0 2.02	Имидж территорий								
Б1.В.ДВ.0 3	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)								
Б1.В.ДВ.0 3.01	Управление потребительскими ожиданиями				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;			ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.В.ДВ.0 3.02	Событийный менеджмент				ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;			ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.В.ДВ.0 4	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)								

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
Б1.В.ДВ.0 4.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;				ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3			
Б1.В.ДВ.0 4.02	HR-коммуникации								
Б1.В.ДВ.0 5	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)								
Б1.В.ДВ.0 5.01	Репутационный менеджмент							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б1.В.ДВ.0 5.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	
Б2	Практика								
Б2.О	Обязательная часть	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б2.О.01	Базовая компонента	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б2.О.02	Вариативная компонента	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б2.О.02.01 (У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных								

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
	навыков научно-исследовательской работы)								
Б2.О.02.02 (П)	Производственная практика								
Б2.О.02.03 (Н)	Научно-исследовательская работа			ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;				
Б2.О.02.04 (Пд)	Преддипломная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б3	Государственная итоговая аттестация								
Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
Б3.02	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3;	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3;	ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3;	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3;	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3;	ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3;	ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3;	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3;
ФТД	Факультативные дисциплины								
ФТД.01	Деловой иностранный язык								
ФТД.02	Профессиональный иностранный язык (второй)	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3							

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ							
		ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм	ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8 Общепрофессиональная компетенция в области цифровой экономики, единая для всех образовательных программ магистратуры направления подготовки
ФТД.03	Практикум по работе с научно-информационными ресурсами								

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
		ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Б1	Дисциплины (модули)			
Б1.О	Обязательная часть			
Б1.О.01	Базовая компонента			
Б1.О.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.О.01.02	Профессиональный иностранный язык			
Б1.О.02	Вариативная компонента			
Б1.О.02.01	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.02	Digital-маркетинг		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.03	Интегрированные бренд-коммуникации		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.04	Маркетинговые исследования В2В - В2С рынков		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б1.О.02.05	Международные маркетинговые коммуникации			
Б1.О.02.06	Создание маркетингового контента			
Б1.О.02.07	Управление медиамиксом		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.08	Коммуникационный практикум (мастер-класс)			
Б1.О.02.09	Эффективность рекламных кампаний		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.О.02.10	Медиаменеджмент и медиамаркетинг	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.О.02.11	Психология управления коммуникациями	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.О.02.12	Управление коммуникационными проектами		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
		ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Б1.О.02.13	Курсовая работа по дисциплине профиля		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)			
Б1.В.ДВ.01.01	Деловой иностранный язык (второй)			
Б1.В.ДВ.01.02	Деловой русский язык как иностранный (второй)			
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)			
Б1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий			
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			
Б1.В.ДВ.03.01	Управление потребительскими ожиданиями		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.03.02	Событийный менеджмент		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)			
Б1.В.ДВ.04.01	Деловые коммуникации, этикет и протокол			
Б1.В.ДВ.04.02	HR-коммуникации	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3		
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)			

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
		ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Б1.В.ДВ.0 5.01	Репутационный менеджмент	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б1.В.ДВ.0 5.02	Маркетинговые инструменты привлечения ресурсов	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3	
Б2	Практика			
Б2.О	Обязательная часть	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.О.01	Базовая компонента	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.О.02	Вариативная компонента	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.О.02.01 (У)	Научно-исследовательская работа (получение первичных навыков научно-исследовательской работы)			
Б2.О.02.02 (П)	Производственная практика	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.О.02.03 (Н)	Научно-исследовательская работа		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.О.02.04 (Пд)	Преддипломная практика	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
Б3	Государственная итоговая аттестация			
Б3.01	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
Б3.02	Подготовка к процедуре защиты и защита магистерской диссертации	ПКО-1.1; ПКО-1.2; ПКО-1.3;	ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3
ФТД	Факультативные дисциплины			
ФТД.01	Деловой иностранный язык			
ФТД.02	Профессиональный иностранный язык (второй)			

Код	Наименование дисциплин/модулей, формирующих компетенции у обучающихся	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ		
		ПКО-1 Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	ПКО-2 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной среды	ПКО-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
ФТД.03	Практикум по работе с научно-информационными ресурсами		ПКО-2.1; ПКО-2.2; ПКО-2.3;	ПКО-3.1; ПКО-3.2; ПКО-3.3