

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 ППС 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; доступк 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:

-организационно-управленческая деятельность,

-коммуникационная деятельность.

1.6.4. Задачи профессиональной деятельности:

организационно-управленческая деятельность:

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;

коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными службами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

1.7. Требования к результатам освоения ОП ВО.

общекультурные компетенции (ОК):

способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

гражданин России или иностранный гражданин, изучавший иностранный язык в соответствии со стандартами Общеввропейских компетенций владения иностранным языком должен обладать следующими компетенциями:

владеет взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод (ОК-10);

владеет иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневно-бытовой сферах иноязычного общения (ОК-11);

способен использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности) (ОК-12).

иностранец, изучавший русский язык как иностранный, владеет русским языком в объеме II сертификационного уровня и обладает способностью и готовностью:

эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка (ОК-13);

устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия, принятых в российских профессионально-деловых сообществах (ОК-14);

вести научно-исследовательскую деятельность на русском языке, принимать участие в работе российских научных сообществ (в том числе в интернет-среде) (ОК-15);

проводить и оформлять проектные, научно-квалификационные работы на русском языке (ОК-16);

осуществлять непрерывное профессионально-коммуникативное саморазвитие и самосовершенствование в сфере русскоязычной научно-профессиональной и профессионально-деловой коммуникации (ОК-17).

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью (ОПК-2);

обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач (ОПК-7);

способностью выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы (ОПК-8);

способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность (ОПК-9).

организационно-управленческая деятельность:

способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации (ПК-2);

владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

коммуникационная деятельность:

способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

1.8. Требования к результатам освоения основной образовательной программы.

Вид профессиональной деятельности: организационно-управленческая; коммуникационная

		Общекультурные компетенции								
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ОК-1: способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	ОК-2: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-4: способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	ОК-5: способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	ОК-6: способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	ОК-7: способностью к самоорганизации и самообразованию	ОК-8: способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	ОК-9: готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
Б.1.Б	Базовая часть									
Б.1.Б.1	Иностранный язык					+				
Б.1.Б.2	История		+							
Б.1.Б.3	Философия	+						+	+	
Б.1.Б.4	Основы экономики			+					+	
Б.1.Б.5	Правоведение				+			+	+	
Б.1.Б.6	Математика и статистика			+					+	
Б.1.Б.7	Компьютерные технологии и информатика								+	
Б.1.Б.8	Концепции современного естествознания	+								
Б.1.Б.9.1	Социология массовых коммуникаций									
Б.1.Б.9.2	Психология рекламы и PR							+		
Б.1.Б.9.3	Теория и практика массовой информации									
Б.1.Б.10.1	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе									
Б.1.Б.10.2	Основы интегрированных коммуникаций в PR									

Б.1.Б.10.3	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций						+			
Б.1.Б.11.1	Основы менеджмента							+		
Б.1.Б.11.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью									
Б.1.Б.12.1	Основы маркетинга			+						
Б.1.Б.12.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ									
Б.1.Б.13	Введение в специальность	+					+			
Б.1.Б.14	Информационные технологии в МИП									
Б.1.Б.15	Производственные процессы в СМИ									
Б.1.Б.16	Media Relations									
Б.1.Б.17	New и Social Media									
Б.1.Б.18	Организация работы коммуникационного агентства									
Б.1.Б.19	Интегрированные коммуникации в бизнесе						+			
Б.1.Б.20	Фото и видео production									
Б.1.Б.21	Основы графического дизайна									
Б.1.Б.22	Психология управления						+	+		
Б.1.Б.23	PR в органах государственной власти						+			
Б.1.Б.24	Брендменеджмент									
Б.1.Б.25	Отраслевой PR									
Б.1.Б.26	Межкультурные коммуникации						+	+		
Б.1.Б.27	Деловой Этикет						+			
Б.1.Б.28	Безопасность жизнедеятельности									+
Б.1.Б.29	Физическая культура								+	
Б.1.В	Вариативная часть									
Б.1.В.1	Иностранный/русский язык						+			
Б.1.В.2	Русский язык и культура речи						+			
Б.1.В.3	Политология	+						+		
Б.1.В.4	Интернет технологии в массовых коммуникациях									
Б.1.В.5	Медиапланирование									
Б.1.В.6	Политический PR									
Б.1.В.7	Антикризисное управление									
Б.1.В.8	Политическая реклама									
Б.1.В.9	Социология рекламы									

Б.1.В.10	Копирайтинг в рекламе и PR						+	+		
Б.1.В.11	Полиграфическое дело									
Б.1.В.12	Имагология		+							
Б.1.В.13	Элективные курсы по физической культуре								+	
Б.1.В.В.1	Иностранный язык.									
Б.1.В.В.1	Русский язык									
Б.1.В.В.2	Имидж регионов		+							
Б.1.В.В.2	История русского искусства									
Б.1.В.В.2	Техника и технология СМИ									
Б.1.В.В.3	Лингвистические аспекты информационного права									
Б.1.В.В.3	Дискуссионные проблемы России 20 в.		+							
Б.1.В.В.4	Профессиональная этика							+		
Б.1.В.В.4	Корпоративная и социальная ответственность в МК							+		
Б.1.В.В.4	Семиотика и язык рекламы									
Б.1.В.В.5	Технология производства развлекательных программ на ТВ									
Б.1.В.В.5	Музейный PR									
Б.1.В.В.5	Игровые коммуникации в журналистике и PR									
Б.1.В.В.6	Стереотипы в МК									
Б.1.В.В.6	Основы рекламного дела									
Б.1.В.В.6	Английский язык для научных целей									
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (иностранный)									
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (русский)									
Б.1.В.В.8	Междисциплинарная курсовая работа: 1.Реклама; 2.PR; 3.Имидж; 4.Внутрикорпоративные/внешние коммуникации; 5.Digital коммуникации; 6. Технологии производства в рекламе и PR									
Блок 2	Вариативная часть									
Б.2.П.1	Учебно-ознакомительная практика (стационарная)							+	+	
Б.2.П.2	Преддипломная практика (стационарная)									
Б.2.П.3	Производственная (стационарная)									

		Общекультурные компетенции							
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ОК-10: владеет взаимосвязанными видами продуктивной и репродуктивной иноязычной речевой деятельности, включая письмо, говорение, чтение, аудирование, перевод	ОК-11: владеет иноязычной коммуникативной компетенцией в официально-деловой, учебно-профессиональной, научной, социокультурной, повседневной-бытовой сферах иноязычного общения	ОК-12: способен использовать иностранный язык в процессе профессиональной деятельности по направлению подготовки (специальности)	ОК-13: эффективно и в полном объеме решать профессиональные и научно-профессиональные задачи, реализовать профессионально-деловые, научно-профессиональные, общекультурные коммуникативные потребности средствами русского языка	ОК-14: устанавливать и поддерживать с российскими деловыми партнерами толерантные профессионально-коммуникативные отношения, основанные на уважительном отношении к культурным, социальным, социально-политическим реалиям и ценностям российского общества, на знании норм и правил эффективного взаимодействия в российских профессионально-деловых сообществах	ОК-15: вести научно-исследовательскую деятельность на русском языке, принимать участие в работе российских научных сообществ (в том числе в интернет-среде)	ОК-16: проводить и оформлять проектные, научно-квалификационные работы на русском языке	ОК-17: осуществлять непрерывное профессионально-коммуникативное саморазвитие и самосовершенствование в сфере русскоязычной научно-профессиональной и профессионально-деловой коммуникации
Б.1.Б	Базовая часть								
Б.1.Б.1	Иностранный язык	+	+	+	+	+			
Б.1.Б.2	История								
Б.1.Б.3	Философия								
Б.1.Б.4	Основы экономики								+
Б.1.Б.5	Правоведение								
Б.1.Б.6	Математика и статистика								
Б.1.Б.7	Компьютерные технологии и информатика								
Б.1.Б.8	Концепции современного естествознания								
Б.1.Б.9.1	Социология массовых коммуникаций								
Б.1.Б.9.2	Психология рекламы и PR								
Б.1.Б.9.3	Теория и практика массовой информации								
Б.1.Б.10.1	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе								
Б.1.Б.10.2	Основы интегрированных коммуникаций в PR								
Б.1.Б.10.3	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций								
Б.1.Б.11.1	Основы менеджмента								
Б.1.Б.11.2	Организация работы отделов рекламы и связей с								

	общественностью								
Б.1.Б.12.1	Основы маркетинга								
Б.1.Б.12.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ								
Б.1.Б.13	Введение в специальность								
Б.1.Б.14	Информационные технологии в МИП								
Б.1.Б.15	Производственные процессы в СМИ								
Б.1.Б.16	Media Relations								
Б.1.Б.17	New и Social Media								
Б.1.Б.18	Организация работы коммуникационного агентства								
Б.1.Б.19	Интегрированные коммуникации в бизнесе								
Б.1.Б.20	Фото и видео production								
Б.1.Б.21	Основы графического дизайна								
Б.1.Б.22	Психология управления								
Б.1.Б.23	PR в органах государственной власти					+			
Б.1.Б.24	Брендменеджмент								
Б.1.Б.25	Отраслевой PR								
Б.1.Б.26	Межкультурные коммуникации					+			
Б.1.Б.27	Деловой Этикет					+			+
Б.1.Б.28	Безопасность жизнедеятельности								
Б.1.Б.29	Физическая культура								
Б.1.В	Вариативная часть								
Б.1.В.1	Иностранный/русский язык	+	+	+	+				
Б.1.В.2	Русский язык и культура речи				+	+			
Б.1.В.3	Политология								
Б.1.В.4	Интернет технологии в массовых коммуникациях								
Б.1.В.5	Медиапланирование								
Б.1.В.6	Политический PR								
Б.1.В.7	Антикризисное управление								
Б.1.В.8	Политическая реклама								
Б.1.В.9	Социология рекламы								
Б.1.В.10	Копирайтинг в рекламе и PR								
Б.1.В.11	Полиграфическое дело								
Б.1.В.12	Имагология								

Б.1.В.14	Элективные курсы по физической культуре								
Б.1.В.В.1	Иностранный язык.	+	+	+	+				
Б.1.В.В.1	Русский язык	+	+	+	+				
Б.1.В.В.2	Имидж регионов								
Б.1.В.В.2	История русского искусства								
Б.1.В.В.2	Техника и технология СМИ								
Б.1.В.В.3	Лингвистические аспекты информационного права					+			
Б.1.В.В.3	Дискуссионные проблемы России 20 в.								
Б.1.В.В.4	Профессиональная этика								
Б.1.В.В.4	Корпоративная и социальная ответственность в МК								
Б.1.В.В.4	Семиотика и язык рекламы						+	+	+
Б.1.В.В.5	Технология производства развлекательных программ на ТВ								
Б.1.В.В.5	Музейный PR								
Б.1.В.В.5	Игровые коммуникации в журналистике и PR								
Б.1.В.В.6	Стереотипы в МК								
Б.1.В.В.6	Основы рекламного дела								
Б.1.В.В.6	Английский язык для научных целей		+	+					
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (иностранный)	+	+	+					
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (русский)	+	+	+					
Б.1.В.В.8	Междисциплинарная курсовая работа: 1.Реклама; 2.PR; 3.Имидж; 4.Внутрикорпоративные/внешние коммуникации; 5.Digital коммуникации; 6. Технологии производства в рекламе и PR						+	+	
Блок 2	Вариативная часть								
Б.2.П.1	Учебная практика (стационарная)								
Б.2.П.2	Преддипломная практика (стационарная)								
Б.2.П.3	Производственная (стационарная)								

		Общепрофессиональные компетенции								
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ОПК-1: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	ОПК-2: владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью	ОПК-3: обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	ОПК-4: умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-5: умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	ОПК-6: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-7: способностью осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения профессиональных задач	ОПК-8: способностью выбирать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализировать результаты расчетов и обобщать полученные выводы	ОПК-9: способностью находить организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности и готовностью нести за них ответственность
Б.1.Б	Базовая часть									
Б.1.Б.1	Иностранный язык									
Б.1.Б.2	История									
Б.1.Б.3	Философия									
Б.1.Б.4	Основы экономики									
Б.1.Б.5	Правоведение									
Б.1.Б.6	Математика и статистика							+		
Б.1.Б.7	Компьютерные технологии и информатика						+	+		
Б.1.Б.8	Концепции современного естествознания									
Б.1.Б.9.1	Социология массовых коммуникаций							+		
Б.1.Б.9.2	Психология рекламы и PR									
Б.1.Б.9.3	Теория и практика массовой информации				+	+	+			
Б.1.Б.10.1	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	+	+		+	+				
Б.1.Б.10.2	Основы интегрированных коммуникаций в PR	+	+		+	+				
Б.1.Б.10.3	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций		+		+	+				
Б.1.Б.11.1	Основы менеджмента				+					
Б.1.Б.11.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		+			+				
Б.1.Б.12.1	Основы маркетинга				+			+		
Б.1.Б.12.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ							+	+	+
Б.1.Б.13	Введение в специальность				+	+				

Б.1.Б.14	Информационные технологии в МИП						+			
Б.1.Б.15	Производственные процессы в СМИ	+		+						
Б.1.Б.16	Media Relations			+		+				
Б.1.Б.17	New и Social Media				+					
Б.1.Б.18	Организация работы коммуникационного агентства		+			+				
Б.1.Б.19	Интегрированные коммуникации в бизнесе		+		+	+				
Б.1.Б.20	Фото и видео production	+		+			+			
Б.1.Б.21	Основы графического дизайна	+		+						
Б.1.Б.22	Психология управления									
Б.1.Б.23	PR в органах государственной власти	+	+							
Б.1.Б.24	Брендменеджмент	+								
Б.1.Б.25	Отраслевой PR	+				+				
Б.1.Б.26	Межкультурные коммуникации									
Б.1.Б.27	Деловой Этикет									
Б.1.Б.28	Безопасность жизнедеятельности									
Б.1.Б.29	Физическая культура									
Б.1.В	Вариативная часть									
Б.1.В.1	Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.)									
Б.1.В.2	Русский язык и культура речи									
Б.1.В.3	Политология									
Б.1.В.4	Интернет технологии в массовых коммуникациях						+			
Б.1.В.5	Медиапланирование				+	+		+	+	
Б.1.В.6	Политический PR				+			+		
Б.1.В.7	Антикризисное управление	+	+							
Б.1.В.8	Политическая реклама				+					
Б.1.В.9	Социология рекламы	+						+	+	
Б.1.В.10	Копирайтинг в рекламе и PR			+	+					
Б.1.В.11	Полиграфическое дело		+				+			
Б.1.В.12	Имагология			+						
Б.1.В.14	Элективные курсы по физической культуре									
Б.1.В.В.1	Иностранный язык.									
Б.1.В.В.1	Русский язык									
Б.1.В.В.2	Имидж регионов									
Б.1.В.В.2	История русского искусства							+		
Б.1.В.В.2	Техника и технология СМИ						+			
Б.1.В.В.3	Лингвистические аспекты информационного права							+		
Б.1.В.В.3	Дискуссионные проблемы России 20 в.					+				
Б.1.В.В.4	Профессиональная этика				+					

Б.1.В.В.4	Корпоративная и социальная ответственность в МК									
Б.1.В.В.4	Семиотика и язык рекламы									
Б.1.В.В.5	Технология производства развлекательных программ на ТВ	+								
Б.1.В.В.5	Музейный PR							+		
Б.1.В.В.5	Игровые коммуникации в журналистике и PR		+	+	+					
Б.1.В.В.6	Стереотипы в МК				+					
Б.1.В.В.6	Основы рекламного дела	+								
Б.1.В.В.6	Английский язык для научных целей									
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (иностраный)									
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (русский)									
Б.1.В.В.8	Междисциплинарная курсовая работа: 1.Реклама; 2.PR; 3.Имидж; 4.Внутрикорпоративные/внешние коммуникации; 5.Digital коммуникации; 6. Технологии производства в рекламе и PR							+		
Блок 2	Вариативная часть									
Б.2.П.1	Учебная практика (стационарная)			+				+		
Б.2.П.2	Преддипломная практика (стационарная)									
Б.2.П.3	Производственная (стационарная)									

		Профессиональные компетенции				
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		ПК-1: способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	ПК-2: владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации	ПК-3: владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	ПК-6: способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	ПК-7: способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
Б.1.Б	Базовая часть					
Б.1.Б.1	Иностранный язык					
Б.1.Б.2	История					
Б.1.Б.3	Философия					
Б.1.Б.4	Основы экономики					
Б.1.Б.5	Правоведение					
Б.1.Б.6	Математика и статистика					
Б.1.Б.7	Компьютерные технологии и информатика					
Б.1.Б.8	Концепции современного естествознания					
Б.1.Б.9.1	Социология массовых коммуникаций					
Б.1.Б.9.2	Психология рекламы и PR			+		
Б.1.Б.9.3	Теория и практика массовой информации				+	+
Б.1.Б.10.1	Основы интегрированных коммуникаций в рекламе	+			+	+
Б.1.Б.10.2	Основы интегрированных коммуникаций в PR	+			+	+
Б.1.Б.10.3	Практика интегрированных маркетинговых коммуникаций	+	+			+
Б.1.Б.11.1	Основы менеджмента	+	+	+		
Б.1.Б.11.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	+	+	+	+	

Б.1.Б.12.1	Основы маркетинга	+				+
Б.1.Б.12.2	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ					+
Б.1.Б.13	Введение в специальность					
Б.1.Б.14	Информационные технологии в МИП					
Б.1.Б.15	Производственные процессы в СМИ					
Б.1.Б.16	Media Relations	+				+
Б.1.Б.17	New и Social Media	+				+
Б.1.Б.18	Организация работы коммуникационного агентства	+	+	+		
Б.1.Б.19	Интегрированные коммуникации в бизнесе	+	+			+
Б.1.Б.20	Фото и видео production					
Б.1.Б.21	Основы графического дизайна					
Б.1.Б.22	Психология управления			+		
Б.1.Б.23	PR в органах государственной власти	+	+			
Б.1.Б.24	Брендменеджмент	+	+			
Б.1.Б.25	Отраслевой PR				+	
Б.1.Б.26	Межкультурные коммуникации					
Б.1.Б.27	Деловой Этикет					
Б.1.Б.28	Безопасность жизнедеятельности					
Б.1.Б.29	Физическая культура					
Б.1.В	Вариативная часть					
Б.1.В.1	Иностранный/русский язык (теоретическая грамматика ин.яз.)					
Б.1.В.2	Русский язык и культура речи					
Б.1.В.3	Политология					
Б.1.В.4	Интернет технологии в массовых коммуникациях					
Б.1.В.5	Медиапланирование					
Б.1.В.6	Политический PR	+				
Б.1.В.7	Антикризисное управление			+		+
Б.1.В.8	Политическая реклама	+	+			+
Б.1.В.9	Социология рекламы					
Б.1.В.10	Копирайтинг в рекламе и PR	+				
Б.1.В.11	Полиграфическое дело	+				
Б.1.В.12	Имагология					
Б.1.В.14	Элективные курсы по физической культуре					
Б.1.В.В.1	Иностранный язык.					

Б.1.В.В.1	Русский язык					
Б.1.В.В.2	Имидж регионов					+
Б.1.В.В.2	История русского искусства					
Б.1.В.В.2	Техника и технология СМИ					
Б.1.В.В.3	Лингвистические аспекты информационного права	+				
Б.1.В.В.3	Дискуссионные проблемы России 20 в.	+				
Б.1.В.В.4	Профессиональная этика	+				
Б.1.В.В.4	Корпоративная и социальная ответственность в МК					+
Б.1.В.В.4	Семиотика и язык рекламы					
Б.1.В.В.5	Технология производства развлекательных программ на ТВ					+
Б.1.В.В.5	Музейный PR					+
Б.1.В.В.5	Игровые коммуникации в журналистике и PR					+
Б.1.В.В.6	Стереотипы в МК					+
Б.1.В.В.6	Основы рекламного дела	+				
Б.1.В.В.6	Английский язык для научных целей					
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (иностраннй)					
Б.1.В.В.7	Профессиональные коммуникации (русский)					
Б.1.В.В.8	Междисциплинарная курсовая работа: 1.Реклама; 2.PR; 3.Имидж; 4.Внутрикорпоративные/внешние коммуникации; 5.Digital коммуникации; 6. Технологии производства в рекламе и PR					
Блок 2	Вариативная часть					
Б.2.П.1	Учебная практика (стационарная)					
Б.2.П.2	Преддипломная практика (стационарная)				+	+
Б.2.П.3	Производственная (стационарная)	+	+			