

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 29.05.2025 11:47:29  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939875072ef1a989cae18a

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

Институт мировой экономики и бизнеса Экономического факультета  
(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

Утверждена на заседании  
Ученого совета РУДН  
от « 24 » января 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН  
№ 353  
от « 20 » апреля 2011 г.

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

Направление подготовки/специальность:

**42.03.01. Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль/специализация):

**Реклама**

(наименование ОП ВО)

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

Уровень образования:

**бакалавриат**

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

Квалификация выпускника:

**бакалавр**

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

Срок получения образования по ОП ВО:

**5 лет**

(очная форма обучения)

(очно-заочная форма обучения)

(заочная форма обучения)

Сведения об особенностях реализации программы:

---

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП ВО

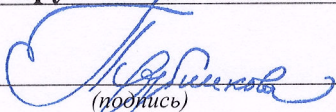
Председатель МССН

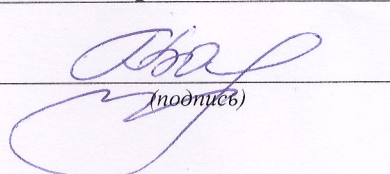
Руководитель ОУП

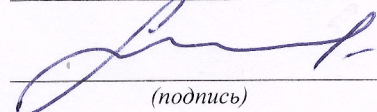
**Трубникова Н.В.**

**Барабаш В.В.**

**Андропова И.В.**

  
(подпись)

  
(подпись)

  
(подпись)

2023 г.

## **1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО**

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

## **2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

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

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

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

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

## **5. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ**

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

В институт принимаются студенты по результатам ЕГЭ.

## **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

<b>Практика*</b>	<b>База проведения практики</b> <i>(наименование организации, место нахождения)</i>
Учебная практика	ООО «Комьюнити» (Коммуника), г. Москва
Производственная (ознакомительная) практика	АО «Технополис "Москва"», АО «ИНТЕКО», РЕСО-гарантия, ООО «Орион Интернейшнл Евро», г. Москва
Производственная (проектная) практика	АО «ГНС 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: 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.

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

### организационная 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;

### проектная деятельность

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

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

маркетинговая деятельность

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

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований.

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 и	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации и
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

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.013 Специалист по информационным ресурсам	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
				Размещение информации на сайте	А/04.4	4
	В	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Поиск информации по тематике сайта	В/01.5	5
				Написание информационных материалов для сайта	В/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	В/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	В/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	В/05.5	5
				Нормативный контроль содержания сайта	В/06.5	5
	С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	С/01.6	6
				Управление информацией из	С/02.6	6

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

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

## 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 поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи; УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата; УК-1.5. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.6. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования; УК-1.7. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>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</p>	<p>в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p> <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>
<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</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 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 повседневной, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.</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. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на русский и обратно;</p> <p>УК-4.5. Ведет деловую переписку на русском и иностранном языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в формате корреспонденции;</p> <p>УК-4.6. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;</p> <p>УК-4.7. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности..</p>

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



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

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

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

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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы.
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.
ОПК-8 Способен осмысленно и плодотворно использовать цифровые технологии для эффективного решения профессиональных задач в сфере рекламы и PR	ОПК-8.1 Знает цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.2 Умеет вводить и обрабатывать текстовые данные, сканировать и обрабатывать графическую информацию; использовать цифровые технологии, методы и способы технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; ОПК-8.3 Владеет навыками использования цифровых технологий, методов и способов технической обработки и размещения информационных ресурсов и материалов в классических и цифровых ресурсах и СМИ; владеет навыками создания и ведения информационных баз данных; навыками размещения информации в цифровом пространстве.

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

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>	<b>Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК</b>
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций.	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-2 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам
ПК-4 Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	ПС 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; 06.013 Специалист по информационным ресурсам

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

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

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

		Универсальные компетенции											
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-4. Способен к коммуникации в межличностном и межкультурном взаимодействии на русском (как иностранном) и иностранном(ых) языке(ах) на основе владения взаимосвязанными и взаимозависимыми видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование,	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философских контекстах.	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и	УК-9. Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.	УК-10. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-11. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-12. Цифровая грамотность
Блок	Обязательная часть												
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	<i>Математика и статистика</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											

	<i>Правоведение</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	
	<i>Введение в специальность</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
	<i>Концепции современного естествознания</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
	<i>Компьютерные технологии и информатика</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											УК-12.1; УК-12.2
	<i>История России</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Философия</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Безопасность жизнедеятельности</i>								УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3			

	<i>Политология</i>		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							
	<i>Физическая культура</i>							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3		УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3			
	<i>Основы менеджмента</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6			УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7				УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3		
	<i>Основы экономики</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5								УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3		
	<i>Основы дизайна</i>												УК-12.1; УК-12.2
	<i>История рекламы и связей с общественностью</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Основы маркетинга</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	<i>Технологии производства в рекламе и связях с</i>												



	<i>Иностранный язык</i>				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Русский язык</i>				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+				+	+
	<i>Литература</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Основы теории коммуникации</i>				УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6								
	<i>Социология</i>				УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6								
	<i>Имидж регионов мира</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	<i>Искусство</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

	<i>Русский язык и культура речи</i>				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>												УК-12.1; УК-12.2
	<i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе</i>		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									
	<i>Основы интегрированных коммуникаций в PR</i>		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									
	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>		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									
	<i>Психология рекламы и PR</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6		УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
	<i>Управление человеческими ресурсами</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6			УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						

	<i>World economy / Мировая экономика</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
	<i>Теория и практика массовой информации</i>												
	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>												УК-12.1; УК-12.2
	<i>Маркетинговые исследования</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	<i>Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)</i>												
	<i>Основы брендинга</i>												
	<i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3
	<i>Профессиональный иностранный язык</i>				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
	<i>Профессиональный русский язык</i>												
	<b>Профиль "Связи с общественностью"</b>	+	+					+					+

	<i>BTL-технологии продвижения</i>												
	<i>Креатив в рекламе</i>												
	<i>Медиапланирование</i>												
	<i>Теория и практика продаж в рекламе</i>												
	<i>Курсовая работа по дисциплине профиля</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5				УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						УК-12.1; УК-12.2
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
	Прикладная физическая культура							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3					
	Нестандартные рекламные и PR-технологии												
	Реклама в современном мире												
	PR в современном мире												
	Разработка рекламной идеи												
	Современные технологии презентации												
	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности												
	Основы визуальных коммуникаций						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6						

Технологии создания персонального имиджа						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Арт-менеджмент						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Ораторское искусство						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Художественные образы в коммуникациях						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Мировая художественная культура						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Введение в цифровые коммуникации						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Методы воздействия в массовых коммуникациях													
Литературное редактирование медиатекстов													
История кинематографа													

Развитие креативного мышления													
Имидж России													
Бизнес-этикет													
Практика медиакоммуникаций													
Практика рекламной фотографии													
Продакт плейсмент													
Знаковые системы в дизайне													
Индустрия маркетинговых услуг													
Практика социальной рекламы													
Практика цифровых													
Дисциплины междисциплинарного модуля													
Организация работы отделов рекламы				УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
Организация работы PR-отделов				УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
Событийный маркетинг													
Разработка нового продукта													
Креативные стратегии													
Бренд-коммуникации													
Продюсирование в коммуникационной деятельности													
Спичрайтинг													

	Авторское право			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Нейминг			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Введение в лингвомаркетинг			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Основы контент-маркетинга			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	HR-коммуникации в PR			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Разработка контента немедийных коммуникаций			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
	Этика PR-деятельности		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										

	Маркетинг на B2C рынке		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Нейромаркетинг		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Практика немедийных коммуникаций		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	CRM-системы		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	История коммуникационного бизнеса		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR												УК-12.1; УК-12.2
	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера												УК-12.1; УК-12.2
	Инструментальные средства бизнес-аналитики												УК-12.1; УК-12.2
	Сторителлинг в цифровой среде												УК-12.1; УК-12.2



Influence-маркетинг													УК-12.1; УК-12.2
Технологии презентации и переговоров													УК-12.1; УК-12.2
IT-системы E-commerce													УК-12.1; УК-12.2
Информационная безопасность													УК-12.1; УК-12.2
Копирайтинг в рекламе													
Копирайтинг в PR													
Современные стратегии и тактики продвижения													
Эффективность коммуникационных кампаний													
Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг													
HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций													
International marketing communications / Международные маркетинговые													
Innovation Marketing / Маркетинг инноваций													
Стратегический менеджмент рекламного агентства													УК-12.1; УК-12.2

	Теория и практика рекламных кампаний													УК-12.1; УК-12.2
	Разработка digital-проекта													УК-12.1; УК-12.2
	Управление коммуникационными проектами													УК-12.1; УК-12.2
	Out-of-home реклама													УК-12.1; УК-12.2
Блок	Обязательная часть													
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+			
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
	<i>Учебная практика</i>													
	<i>Преддипломная практика</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3	УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6	УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3	УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3	УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3	УК-12.1; УК-12.2	
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений													
	Производственная (ознакомительная) практика													
	Производственная (проектная) 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 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 межкультурных коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-8: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Блок 1	Обязательная часть								
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
	<i>Математика и статистика</i>								
	<i>Правоведение</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Введение в специальность</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Концепции современного естествознания</i>								
	<i>Компьютерные технологии и информатика</i>						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	<i>История России</i>								
	<i>Философия</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	<i>Безопасность жизнедеятельности</i>								

	<i>Политология</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	<i>Физическая культура</i>								
	<i>Основы менеджмента</i>								
	<i>Основы экономики</i>								
	<i>Основы дизайна</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2			ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	<i>История рекламы и связей с общественностью</i>			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	<i>Основы маркетинга</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2		ОПК-6.1; ОПК-6.2		
	<i>Иностранный язык</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	<i>Русский язык</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
	<i>Литература</i>			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	<i>Основы теории коммуникации</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
	<i>Социология</i>								
	<i>Имидж регионов мира</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Искусство</i>			ОПК-3.1; ОПК-3.2					
	<i>Русский язык и культура речи</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2			ОПК-4.1; ОПК-4.2				
	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2		ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	<i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	

	<i>Основы интегрированных коммуникаций в PR</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Психология рекламы и PR</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Управление человеческими ресурсами</i>								
	<i>World economy / Мировая экономика</i>								
	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	<i>Теория и практика массовой информации</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	<i>Маркетинговые исследования</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2				
	<i>Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Основы брендинга</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	<i>Профессиональный иностранный язык</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2							
	<i>Профессиональный русский язык</i>								
	<b>Профиль "Связи с общественностью"</b>	+	+	+	+	+	+	+	
	<i>ВТL-технологии продвижения</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
	<i>Креатив в рекламе</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2					

	Медиапланирование					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
	Теория и практика продаж в рекламе								
	Курсовая работа по дисциплине профиля						ОПК-6.1;		
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
	Прикладная физическая культура								
	Нестандартные рекламные и PR-технологии								
	Реклама в современном мире								
	PR в современном мире								
	Разработка рекламной идеи								
	Современные технологии презентации								
	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности								
	Основы визуальных коммуникаций								
	Технологии создания персонального имиджа								
	Арт-менеджмент								
	Ораторское искусство								
	Художественные образы в коммуникациях								
	Мировая художественная культура								
	Введение в цифровые коммуникации								

Методы воздействия в массовых коммуникациях									
Литературное редактирование медиатекстов									
История кинематографа									
Развитие креативного мышления									
Имидж России									
Бизнес-этикет									
Практика медиакоммуникаций									
Практика рекламной фотографии									
Продакт плейсмент									
Знаковые системы в дизайне									
Индустрия маркетинговых услуг									
Практика социальной рекламы									
Практика цифровых коммуникаций									
Дисциплины междисциплинарного модуля									
Организация работы отделов рекламы									
Организация работы PR-отделов									
Событийный маркетинг									
Разработка нового продукта									
Креативные стратегии									
Бренд-коммуникации									

Продюсирование в коммуникационной деятельности									
Спичрайтинг									
Авторское право									
Нейминг									
Введение в лингвомаркетинг									
Основы контент-маркетинга									
HR-коммуникации в PR									
Разработка контента немедийных коммуникаций									
Этика PR-деятельности									
Маркетинг на B2C рынке									
Нейромаркетинг									
Практика немедийных коммуникаций									
CRM-системы									
История коммуникационного бизнеса									
Аналитика социальных медиа для рекламы и PR									
Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера									
Инструментальные средства бизнес-аналитики									
Сторителлинг в цифровой среде									



	Influence-маркетинг								
	Технологии презентации и переговоров								
	IT-системы E-commerce								
	Информационная безопасность								
	Копирайтинг в рекламе								
	Копирайтинг в PR								
	Современные стратегии и тактики продвижения								
	Эффективность коммуникационных кампаний								
	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг								
	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций								
	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации								
	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций								
	Стратегический менеджмент рекламного агентства								
	Теория и практика рекламных кампаний								

	Разработка digital-проекта								
	Управление коммуникационными проектами								
	Out-of-home реклама								
Блок 2	Обязательная часть								
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
	<i>Учебная практика</i>								
	<i>Преддипломная практика</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2	ОПК-4.1; ОПК-4.2	ОПК-5.1; ОПК-5.2	ОПК-6.1; ОПК-6.2	ОПК-7.1; ОПК-7.2	ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
	Производственная (ознакомительная) практика								
	Производственная (проектная) практика								

		Профессиональные компетенции		
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ПК-1: Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-2: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-4: Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании
Блок	Обязательная часть			
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+
	<i>Математика и статистика</i>			
	<i>Правоведение</i>			
	<i>Введение в специальность</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	<i>Концепции современного естествознания</i>			
	<i>Компьютерные технологии и информатика</i>			
	<i>История России</i>			
	<i>Философия</i>			
	<i>Безопасность жизнедеятельности</i>			
	<i>Политология</i>			
	<i>Физическая культура</i>			
	<i>Основы менеджмента</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Основы экономики</i>			

	<i>Основы дизайна</i>			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>История рекламы и связей с общественностью</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	<i>Основы маркетинга</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Иностранный язык</i>			
	<i>Русский язык</i>			
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+
	<i>Литература</i>			
	<i>Основы теории коммуникации</i>			
	<i>Социология</i>			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Имидж регионов мира</i>			
	<i>Искусство</i>			
	<i>Русский язык и культура речи</i>			
	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Основы интегрированных коммуникаций в PR</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Психология рекламы и PR</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Управление человеческими ресурсами</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>World ecomoty / Мировая экономика</i>			
	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Теория и практика массовой информации</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Маркетинговые исследования</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	<i>Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)</i>			

	<i>Основы брендинга</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Профессиональный иностранный язык</i>			
	<i>Профессиональный русский язык</i>			
	<b>Профиль "Связи с общественностью"</b>	+	+	+
	<i>BTL-технологии продвижения</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Креатив в рекламе</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Медиапланирование</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Теория и практика продаж в рекламе</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Курсовая работа по дисциплине профиля</i>			
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
	Прикладная физическая культура			
	Нестандартные рекламные и PR- технологии	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Реклама в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	PR в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Разработка рекламной идеи	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Современные технологии презентации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3		
	Основы визуальных коммуникаций			
	Технологии создания персонального имиджа			
	Арт-менеджмент			
	Ораторское искусство			
	Художественные образы в коммуникациях			
	Мировая художественная культура			

	Введение в цифровые коммуникации			
	Методы воздействия в массовых коммуникациях			
	Литературное редактирование медиатекстов			
	История кинематографа			
	Развитие креативного мышления			
	Имидж России			
	Бизнес-этикет			
	Практика медиакommunikаций			
	Практика рекламной фотографии			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Продактплейсмент			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Знаковые системы в дизайне			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Индустрия маркетинговых услуг			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика социальной рекламы			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Практика цифровых коммуникаций			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Дисциплины междисциплинарного модуля			
	Организация работы отделов рекламы	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Организация работы PR-отделов	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Событийный маркетинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Разработка нового продукта		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Креативные стратегии		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Бренд-коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Продюсирование в коммуникационной деятельности		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Спичрайтинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
	Авторское право			
	Нейминг			
	Введение в лингвомаркетинг			
	Основы контент-маркетинга			

HR-коммуникации в PR			
Разработка контента немедийных коммуникаций			
Этика PR-деятельности			
Маркетинг на B2C рынке			
Нейромаркетинг			
Практика немедийных коммуникаций			
CRM-системы			
История коммуникационного бизнеса			
Аналитика социальных медиа для рекламы и PR			
Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера			
Инструментальные средства бизнес-аналитики			
Сторителлинг в цифровой среде			
Influence-маркетинг			
Технологии презентации и переговоров			
IT-системы E-commerce			
Информационная безопасность			
Копирайтинг в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
Копирайтинг в PR	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
Современные стратегии и тактики продвижения		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
Эффективность коммуникационных кампаний		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	
Innovation Marketing / Маркетинг инноваций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	

	Стратегический менеджмент рекламного агентства			
	Теория и практика рекламных кампаний			
	Разработка digital-проекта			
	Управление коммуникационными проектами			
	Out-of-home реклама			
Блок	Обязательная часть			
	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+
	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+
	<i>Учебная практика</i>			ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	<i>Преддипломная практика</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
	Производственная (ознакомительная) практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Производственная (проектная) практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3