

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

Филологический факультет

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

Утверждена на заседании Ученого
совета РУДН протокол № 1
от « 24 » января 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН
№ 44-1
от « 31 » января 2011 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):

Управление бизнес-коммуникациями

(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)

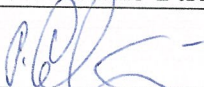
Сведения об особенностях реализации программы:


СОГЛАСОВАНО:


Руководитель ОП ВО
Савастенко Р.А.

Председатель МССН
Барабаш В.В.

Руководитель ОУП
Барабаш В.В.


(подпись)


(подпись)


(подпись)

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

«__» _____ 20__ г.

2022 г.

1. ЦЕЛЬ (МИССИЯ) ОП ВО

Магистерская программа направлена на формирование профессиональных компетенций, которые не только соответствуют требованиям, но и учитывают тенденции развития современного рынка коммуникационных услуг. Обладая обширными международными связями, уровнем подготовки и квалификации ППС кафедра предлагает магистрантам только новейшие методики и технологии в профессии.

2. АКТУАЛЬНОСТЬ, СПЕЦИФИКА, УНИКАЛЬНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Программа магистратуры реализуется на очном отделении филологического факультета по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» специализация «Управление бизнес-коммуникациями».

Программа «Управление бизнес-коммуникациями» является программой высшего образования по уровню магистратуры.

Обучение по программе «Управление бизнес-коммуникациями» осуществляется на филологическом факультете РУДН по очной форме обучения с присвоением квалификации магистра.

Типы задач профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры «Управление бизнес-коммуникациями»: организационно-управленческий; проектно-аналитический.

Срок получения образования по программе магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», программа «Управление бизнес-коммуникациями», включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, независимо от применяемых образовательных технологий, составляет 2 года по очной форме обучения.

Объем магистерской программы составляет 120 зачетных единиц (з.е.).

Основная образовательная программа по направлению подготовки магистров направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», магистерская программа «Управление бизнес-коммуникациями» регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы практик, календарный учебный график и методические материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

Профессиональные навыки и универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции студент получает в процессе изучения теоретических и практических дисциплин. Помимо штатных преподавателей часть дисциплин читают приглашенные специалисты-практики: представители ведущих СМИ, рекламных и PR-агентств, руководители структурных подразделений компаний.

3. ПОТРЕБНОСТЬ РЫНКА ТРУДА В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ПО ПРОФИЛЮ 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 агентства.

5. ОСОБЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ПОТЕНЦИАЛЬНЫМ АБИТУРИЕНТАМ

Прием ведется на очное отделение по результатам оценки портфолио.

Для поступления на программу необходимо иметь:

Документ государственного образца о высшем образовании с соответствующим приложением к нему, подтверждающий квалификацию: бакалавра или специалиста.

Программа вступительного испытания размещена сайте РУДН, в ней указаны основные разделы программы для подготовки абитуриента, порядок проведения вступительного испытания.

Для каждого вступительного испытания устанавливается шкала оценивания и минимальное количество баллов, подтверждающее успешное прохождение вступительного испытания. При приеме на обучение по ОП ВО магистратуры по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» результаты оценивания портфолио, проводимого Университетом самостоятельно, оцениваются по 100-балльной шкале.

6. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

6.1. ОП ВО реализуется с элементами дистанционных образовательных технологий, к числу которых относятся: ТУИС (Телекоммуникационная учебно-информационная система) РУДН, ЭБС УНИБЦ (Электронная библиотечная система Учебно-научного информационно-библиотечного центра) РУДН, MS Teams и другие технические инструменты опосредованного взаимодействия обучающихся и педагогических работников (в том числе использование для учебных целей корпоративной электронной почты РУДН, Zoom, Google Hangouts, и др.).

6.2. Язык реализации ОП ВО – *русский*.

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 (наименование организации, место нахождения)
Учебная, стационарная	кафедры массовых коммуникаций РУДН, г. Москва
Производственная, стационарная	Управление по связям с общественностью РУДН, г. Москва;
Преддипломная практика (производственная, стационарная)	кафедры массовых коммуникаций РУДН, г. Москва

* - 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:

01 Образование и наука (в сфере высшего образования и дополнительного профессионального образования; в сфере научных исследований);

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

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

- организационно-управленческий;
- проектно-аналитический.

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	А		5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
			Организация распространения продукции СМИ		Организация поставки продукции СМИ	A/02.5
				Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
06.013	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6

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. Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода</p> <p>УК-1.2. Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели.</p> <p>УК-1.3. Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>	<p>УК-2.1. Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта</p> <p>УК-2.2. Формирует план-график реализации проекта в целом план контроля его выполнения; организывает и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах</p> <p>УК-2.3. Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла</p>
<p>УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>	<p>УК-3.1. Знает правила командной работы; необходимые условия для эффективной командной работы.</p> <p>УК-3.2. Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение разных идей и мнений; прогнозирует результаты действий; вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.3. Осуществляет деятельность по организации и руководству работой команды для достижения поставленной цели</p>
<p>УК-4. Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p>	<p>УК-4.1. Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности.</p> <p>УК-4.2. Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности.</p> <p>УК-4.3. Применяет современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения; представляет результаты профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях.</p>
<p>УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</p>	<p>УК-5.1. Знает основные понятия истории, культурологии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, подходы к изучению культурных явлений, основные принципы межкультурного взаимодействия в зависимости от различных контекстов развития общества; многообразия культур и цивилизаций.</p> <p>УК-5.2. Определяет и применяет способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; применяет научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания.</p> <p>УК-5.3. Владеет навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; навыками самостоятельного анализа и оценки социальных явлений</p>
<p>УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>	<p>УК-6.1. Проводит самоанализ и самооценку, определяет направления повышения личной эффективности в профессиональной деятельности. совершенствования на основе самооценки.</p> <p>УК-6.2. Выстраивает индивидуальную образовательную траекторию развития; планирует свою профессионально-</p>

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	образовательную деятельность; критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач; применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания. УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях
УК-7. Способен к коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analytics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм	УК-7.1. Знает основные технологии, программное и аппаратное обеспечение коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analytics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) учитывает требования информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм. УК-7.2. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей. УК-7.3. Владеет современными технологиями, программным и аппаратным обеспечением для осуществления цифровых коммуникаций; владеет навыками коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analytics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм.

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

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения 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 русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов ОПК-1.2. Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов 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.
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и	ОПК-2.1. Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов ОПК-2.2. Умеет анализировать тенденции и причинно следственные связи в развитии общественных и государственных институтов

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
(или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных 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	ОПК-3.1. Знает содержание этапов и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Умеет анализировать достижения отечественной и мировой культуры. ОПК-3.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры.
ОПК-4. Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1. Знает методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований; 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 ОПК-4.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории.
ОПК-5. Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем	ОПК-5.1. Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования ОПК-5.2. Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира ОПК-5.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Знает характеристики современных технических средств и возможности информационно-коммуникационных технологий в сфере медиапроизводства ОПК-6.2. Умеет отбирать эффективные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение для процесса медиапроизводства. ОПК-6.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения
ОПК-7. Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя	ОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности профессиональной деятельности, методы оценки и прогнозирования возможных эффектов профессиональной деятельности в медиасфере.

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
принципам социальной ответственности	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. 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:

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПК-1: Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-1.1. Организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. На основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы. ПК-1.2. Проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в	06.013

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
	сфере рекламы и связей с общественностью.	
ПК-2: Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар	<p>ПК-2.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике</p> <p>ПК-2.2. Контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью. Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства.</p>	06.013

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

		Универсальные компетенции						
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		УК-1: Способен осуществлять поиск, 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: Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных
Блок 1	Дисциплины (модули) Обязательная часть							
Б1.О.01	Базовая компонента							
Б1.О.01.01	Иностранный язык				УК-4.1; УК-4.2			
Б1.О.01.02.01	Современные технологии в рекламе и		УК-2.1; УК-2.2					
Б1.О.01.02.02	Управление рекламным агентством и связями с общественностью		УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3				
Б1.О.02	Вариативная компонента							
Б1.О.02.01	История и теория media					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3		
Б1.О.02.02	Социологические исследования							
Б1.О.02.03	Медиаэкономика							
Б1.О.02.04	Теория и практика PR и рекламы					УК-5.1		
Б1.О.02.05	Event-менеджмент		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1				
Б1.О.02.06	Медиаменеджмент							

Б1.О.02.07	Внутрикорпоративные коммуникации			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3				
Б1.О.02.08	Политические коммуникации							
Б1.О.02.09	Психология управления						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	
Б1.О.02.10	Межкультурная коммуникация				УК-4.2	УК-5.1; УК-5.3		
Б1.О.02.11	Технологии графического дизайна							
Б1.О.02.12	Бренд-менеджмент							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3
Б1.В.ДВ.01.01	Организация работы пресс-службы			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3				УК-7.2
Б1.В.ДВ.01.02	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен							УК-7.2
Б1.В.ДВ.02.01	Управление предприятием в инфокоммуникациях							
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3		УК-3.1		УК-5.2; УК-5.3		
Б1.В.ДВ.03.01	Взаимодействие со СМИ							
Б1.В.ДВ.03.02	Деловое общение и этикет			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.2; УК-4.3			
Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональный воркшоп							
Б1.В.ДВ.04.02	Социология СМИ							
Б1.В.ДВ.05.01	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью							
Б1.В.ДВ.05.02	Сетевые media							
Блок 2	Практика							
	Обязательная часть							
Б2.О.01	Базовая компонента							
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3
Б2.О.02	Вариативная компонента							
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3
Б2.О.02.02(Пд)	Преддипломная практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3	УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3	УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3

		Общепрофессиональные компетенции							
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		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	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, правовых и этических норм регулирования	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: Способен использовать цифровые технологии и методы в профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью для: изучения и моделирования объектов профессиональной деятельности, анализа данных, представления информации и пр.
Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональный воркшоп						ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3		
Б1.В.ДВ.04.02	Социология СМИ		ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3		ОПК-4.1				
Б1.В.ДВ.05.01	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью							ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3	
Б1.В.ДВ.05.02	Сетевые media					ОПК-5.2	ОПК-6.2; ОПК-6.3		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Блок 2	Практика								
	Обязательная часть								
Б2.О.01	Базовая компонента								
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная 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.О.02	Вариативная компонента								
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	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.02.02(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
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	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

		Профессиональные компетенции	
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	ПК-1: Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR- агентства	ПК-2: Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар
Блок 1	Дисциплины (модули) Обязательная часть		
Б1.О.01	Базовая компонента		
Б1.О.01.01	Иностранный язык		
Б1.О.01.02.01	Современные технологии в рекламе и PR		
Б1.О.01.02.02	Управление рекламным агентством и связями с	ПК-1.1; ПК-1.2	
Б1.О.02	Вариативная компонента		
Б1.О.02.01	История и теория media		
Б1.О.02.02	Социологические исследования		
Б1.О.02.03	Медиаэкономика		
Б1.О.02.04	Теория и практика PR и рекламы		
Б1.О.02.05	Event-менеджмент		
Б1.О.02.06	Медиаменеджмент		
Б1.О.02.07	Внутрикорпоративные коммуникации		
Б1.О.02.08	Политические коммуникации		ПК-2.2
Б1.О.02.09	Психология управления		
Б1.О.02.10	Межкультурная коммуникация		
Б1.О.02.11	Технологии графического дизайна		
Б1.О.02.12	Бренд-менеджмент		
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
Б1.В.ДВ.01.01	Организация работы пресс-службы		
Б1.В.ДВ.01.02	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен		

Б1.В.ДВ.02.01	Управление предприятием в инфокоммуникациях		
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций		
Б1.В.ДВ.03.01	Взаимодействие со СМИ		
Б1.В.ДВ.03.02	Деловое общение и этикет		
Б1.В.ДВ.04.01	Профессиональный воркшоп		
Б1.В.ДВ.04.02	Социология СМИ		
Б1.В.ДВ.05.01	Организация работы агентства рекламы и связей с		ПК-2.1; ПК-2.2
Б1.В.ДВ.05.02	Сетевые media		
Блок 2	Практика Обязательная часть		
Б2.О.01	Базовая компонента		
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	ПК-1.1; ПК-1.2	ПК-2.1; ПК-2.2
Б2.О.02	Вариативная компонента		
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ПК-1.1; ПК-1.2	ПК-2.1; ПК-2.2
Б2.О.02.02(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.1; ПК-1.2	ПК-2.1; ПК-2.2
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	ПК-1.1; ПК-1.2	ПК-2.1; ПК-2.2