

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.05.2026 18:07:53  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

**Экономический 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  
№ 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  
**Трубникова Н.В.**  
(подпись)

Председатель МССН  
**Барабаш В.В.**  
(подпись)

Руководитель ОУП  
**Андропова И.В..**  
(подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

2026 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. При необходимости ОП ВО может быть адаптирована для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, применяемые при обучении инвалидов и лиц с ОВЗ, предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

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 практика	ООО «АГЕНТСТВО ИГРОНИК», ООО «КОННОВ МЕДИА», ООО «АГЕНТСТВО МАССИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ» г. Москва
Производственная (ознакомительная) практика	ООО «АГЕНТСТВО РЭДЛАЙН ПИАР», АО «ТЕХНОПОЛИС "МОСКВА"», РЕСО-ГАРАНТИЯ, ООО «АРТОКС МЕДИА», АНО «ЛАБОРАТОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ» г. Москва
Производственная (проектная) практика	ООО «ГРИЭЙТИВ», ЗАО «МИХАЙЛОВ И ПАРТНЕРЫ. УПРАВЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ», ООО «ПРОМОЭЙДЖ», НП «ЦЕНТР СОДЕЙСТВИЯ РАЗВИТИЮ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЙ», ООО «ЭДМОС-РЕКЛАМА», «АГЕНТСТВО РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ», ООО «АРТОКС МЕДИА», АО «ГНЦ РФ ТРИНИТИ» г. Москва
Преддипломная практика	ООО «ГПМ РЕКЛАМА», АО «ИЗДАТЕЛЬСТВО ПРОСВЕЩЕНИЕ», АО «КРОС», ООО «ИНСАЙТ ЛЮДИ», АО «КРОКУС ИНТЕРНЭШНЛ», ООО «НЕСТЛЕ РОССИЯ», ПАО «СБЕРБАНК» 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: 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	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5
				Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5
				Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5
	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий,	В/03.6	6

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
				способствующих увеличению продаж продукции СМИ		
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	А/01.4	4
				Сканирование и обработка графической информации	А/02.4	4
				Ведение информационных баз данных	А/03.4	4
				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 представительство в социальных сетях	В/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	В/05.5	5

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
С	Управление (менеджмент) информационными ресурсами	6		Нормативный контроль содержания сайта	В/06.5	5
				Организация работ по созданию и редактированию контента	С/01.6	6
				Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
				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	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;

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
поставленных задач	<p>УК-1.4. Работает с научными текстами, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и обосновывает свои выводы с применением философского понятийного аппарата;</p> <p>УК-1.5. Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений;</p> <p>УК-1.6. Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;</p> <p>УК-1.7. Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте.</p>
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<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>
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<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>
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	<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</p>

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
<p>видами репродуктивной и продуктивной иноязычной речевой деятельности, такими как аудирование, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневной, бытовой, социокультурной, учебно-профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения.</p>	<p>корреспонденции;  УК-4.6. Использует диалог для сотрудничества в академической коммуникации общения с учетом личности собеседников, их коммуникативно-речевой стратегии и тактики, степени официальности обстановки;  УК-4.7. Формирует и аргументирует собственную оценку основных идей участников диалога (дискуссии) в соответствии с потребностями совместной деятельности..</p>
<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;  УК-5.2. Находит и использует при социальном и профессиональном общении информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;  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;  УК-5.4. Осуществляет сбор информации по заданной теме с учетом этносов и конфессий, наиболее широко представленных в точках проведения исследования;  УК-5.5. Обосновывает особенности проектной и командной деятельности с представителями других этносов и (или) конфессий;  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;  УК-6.2. Вырабатывает инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей;  УК-6.3. Анализирует свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения поставленной задачи;  УК-6.4. Находит и использует источники получения дополнительной информации для повышения уровня общих и профессиональных знаний;  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;  УК-6.6. Определяет задачи саморазвития, цели и приоритеты профессионального роста;  УК-6.7. Распределяет задачи на долго-, средне- и краткосрочные с обоснованием актуальности и анализа</p>

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	ресурсов для их выполнения.
УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма; УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности; УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в 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 возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений); УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках выполняемого задания; УК-8.3. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; УК-8.4. Разъясняет мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций; УК-8.5. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, а также при возникновении военных конфликтов; УК-8.6. Оказывает первую помощь, участвует в восстановительных мероприятиях.
УК-9 Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах.	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; УК-9.2. Планирует и осуществляет профессиональную деятельность с лицами, имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья. УК 9.3. Взаимодействует с лицами, имеющими ограниченные возможности здоровья или инвалидность, в социальной и профессиональной сферах.
УК-10 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	УК-10.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике; УК-10.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей; УК-10.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.
УК-11 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	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; УК-11.2. Планирует, организует и проводит мероприятия,

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
	обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-11.3. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе соблюдения действующего законодательства и нетерпимого отношения к коррупции.
УК-12 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	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; 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	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

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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 развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной 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	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

<b>Код и наименование УК</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>
ответственности	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

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
ПК-3 Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма	<p>ПК-3.1 Определяет содержание и формы профилактической работы по противодействию идеологии терроризма и неонацизма в соответствии с действующими нормативными правовыми актами</p> <p>ПК-3.2 Организует и проводит профилактические мероприятия в образовательной или социальной среде в соответствии с установленными требованиями и нормативными документами</p>	
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	<p>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;</p> <p>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;</p> <p>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</p>	<p>ПС 06.009          Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации;          06.013          Специалист по информационным ресурсам</p>

<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>
	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, говорение, чтение, письмо и перевод в повседневно-бытовой, социокультурной, учебно- профессиональной, официально-деловой и научной сферах общения	УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-7: Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-8: Способен создавать и поддерживать 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	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, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-12: 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	Обязательная часть												

Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.О.01.01	<i>Политология</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.01.02	<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											
Б1.О.01.03	<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	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6				УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3			
Б1.О.01.04	<i>Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности</i>							УК-8.1; УК-8.2; УК-8.3; УК-8.4; УК-8.5; УК-8.6			УК-11.1; УК-11.2; УК-11.3		
Б1.О.01.05	<i>Цифровая грамотность</i>												УК-12.1; УК-12.2
Б1.О.01.06	<i>История России</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.01.07	<i>Философия</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

Б1.О.01.08	<i>Основы российской государственности</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.01.09	<i>История религий России</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.01.10	<i>Физическая культура</i>							УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3					
Б1.О.01.11	<i>Основы менеджмента</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						
Б1.О.01.12	<i>Основы маркетинга</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.О.01.13	<i>Основы дизайна</i>												УК-12.1; УК-12.2
Б1.О.01.14	<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							
Б1.О.01.15	<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		

Б1.О.01.16	<i>Основы гражданского и трудового права</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	
Б1.О.01.17	<i>Технологии проектирования и производства в маркетинговых</i>												
Б1.О.01.ДВ.01	<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								
Б1.О.01.ДВ.01.01	<i>Русский язык как иностранный</i>				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
<b>Б1.О.02</b>	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+		+	+	+	+
Б1.О.02.01	<i>Социология</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
Б1.О.02.02	<i>Литература</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.О.02.03	<i>Введение в специальность</i>										УК-10.1; УК-10.2		
Б1.О.02.04	<i>Искусство</i>					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

Б1.О.02.05	<i>Основы теории коммуникации</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
Б1.О.02.06	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>												УК-12.1; УК-12.2
Б1.О.02.07	<i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе</i>												
Б1.О.02.08	<i>Основы связей с общественностью</i>			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.О.02.09	<i>Имидж регионов мира</i>			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.О.02.10	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>			УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6									
Б1.О.02.11	<i>Психология рекламы и PR</i>												
Б1.О.02.12	<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						

Б1.О.02.13	<i>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										
Б1.О.02.14	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>												
Б1.О.02.15	<i>Теория и практика массовой информации</i>												
Б1.О.02.16	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>												УК-12.1; УК-12.2
Б1.О.02.17	<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										
Б1.О.02.18	<i>Финансовый менеджмент</i>		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5								УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3		
Б1.О.02.19	<i>Практика интегрированных</i>												
Б1.О.02.20	<i>Теория и практика брендинга</i>												
Б1.О.02.21	<i>Медиапланирование</i>												
Б1.О.02.22	<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	

Б1.О.02.23	<i>Marketing Communications Trends / Тренды маркетинговых</i>												
Б1.О.02.24	<i>Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности</i>												УК-12.1; УК-12.2
Б1.О.02.25	<b>Профиль "Реклама"</b>	+	+	+			+			+			
Б1.О.02.25.01	<i>Организация работы отделов рекламы</i>						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7			УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3			
Б1.О.02.25.02	<i>ВТЛ-технологии продвижения</i>												
Б1.О.02.25.03	<i>Поведение потребителей</i>												
Б1.О.02.25.04	<i>Креатив в рекламе</i>												
Б1.О.02.25.05	<i>Теория и практика продаж в рекламе</i>												
Б1.О.02.25.06	<i>Копирайтинг в рекламе</i>												
Б1.О.02.25.07	<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										
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Б1.В.01	Прикладная физическая культура						УК-7.1; УК-7.2; УК-7.3						

Б1.В.02	Второй иностранный язык (практический курс)				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.01.01	Нестандартные рекламные и PR- технологии	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.02	Реклама в современном мире	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.03	PR в современном мире	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.04	Разработка рекламной идеи	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											

Б1.В.ДВ.01.05	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.06	Креативные коммуникации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.07	Современные технологии презентации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.08	Актуальные аспекты PR-деятельности	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.09	Основы разработки PR-проектов	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											

Б1.В.ДВ.01.10	Введение в журналистику	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.11	Креатив в дизайне	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.01.12	Практические аспекты в рекламе	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.02	Технологии создания персонального имиджа					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.03	Арт-менеджмент					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

Б1.В.ДВ.02.04	Ораторское искусство					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.05	Художественные образы в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.06	Введение в цифровые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.07	Мировая художественная культура					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.08	Основы публичного выступления					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.09	Массовая культура в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

Б1.В.ДВ.02.10	Личный бренд с нуля					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.11	Имиджевые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.02.12	Звуковые образы в коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.03.01	Методы воздействия в массовых коммуникациях					УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7							
Б1.В.ДВ.03.02	Основы создания медиатекстов					УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7							
Б1.В.ДВ.03.03	История кинематографа					УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7							
Б1.В.ДВ.03.04	Развитие креативного мышления					УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7							
Б1.В.ДВ.03.05	Имидж территорий					УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7							

Б1.В.ДВ.03.06	Бизнес-этикет				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.07	Практика медиакоммуникаций				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.08	Введение в коучинг				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.09	Основы работы с общественным мнением				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.10	Введение в психологию коммуникаций				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.11	Тренды медиадизайна				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.03.12	Проектное сопровождение фестивальной рекламы				УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-4.5; УК-4.6; УК-4.7								
Б1.В.ДВ.04.01	Практика мультимедийного контента						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						

Б1.В.ДВ.04.02	Продакт плейсмент						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.03	Знаковые системы в дизайне						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.04	Индустрия маркетинговых услуг						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.05	Практика социальной рекламы						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.06	Практика цифровых коммуникаций						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						

Б1.В.ДВ.04.07	Разработка коммуникационного проекта						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.08	Технологии создания рекламного образа						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.09	Введение в политические коммуникации						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.10	PR: бизнес-стратегии и бизнес- процессы						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.11	Сторителлинг						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б1.В.ДВ.04.12	Дизайн-мышление						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						

Б1.В.ДВ.05.01	Событийный маркетинг	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.02	Разработка нового продукта	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.03	Креативные стратегии	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.04	Бренд-коммуникации	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.05	Продюсирование в коммуникационной деятельности	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											

Б1.В.ДВ.05.06	Спичрайтинг	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.07	Индустрия цифровых коммуникаций	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.08	Креатив в маркетинге	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.09	Визуальная коммуникация бренда	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.10	Спонсорство и партнерство	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											

Б1.В.ДВ.05.11	Культурные и креативные индустрии	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.05.12	Проектная документация в маркетинговых коммуникациях	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7											
Б1.В.ДВ.06.01	Интеллектуальное 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								
Б1.В.ДВ.06.02	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								
Б1.В.ДВ.06.03	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								
Б1.В.ДВ.06.04	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								

Б1.В.ДВ.06.05	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								
Б1.В.ДВ.06.06	Современные форматы Sales Promotion			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								
Б1.В.ДВ.06.07	Контент цифровых медиа			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								
Б1.В.ДВ.06.08	Юридическое сопровождение в рекламе и 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								
Б1.В.ДВ.06.09	Социальный маркетинг			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								
Б1.В.ДВ.06.10	Внутренние коммуникации			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								

Б1.В.ДВ.06.11	Практикум ведения переговоров			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								
Б1.В.ДВ.06.12	Визуальная идентификация брендов			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								
Б1.В.ДВ.07.01	Дисциплины междисциплинарного модуля												
Б1.В.ДВ.08.01	Этика в маркетинговых коммуникациях			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.В.ДВ.08.02	Маркетинг на B2C рынке			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.В.ДВ.08.03	Нейромаркетинг			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.В.ДВ.08.04	Практика немедийных коммуникаций			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									
Б1.В.ДВ.08.05	CRM-системы			УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5									

Б1.В.ДВ.08.06	История коммуникационного бизнеса		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.07	Управление медиамиксом		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.08	Продвижение в шоу-бизнесе		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.09	Эмоциональный интеллект		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.10	Современные аспекты мониторинга СМИ		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.11	Создание видеоконтента		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.08.12	Психологические аспекты работы с аудиторией		УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5										
Б1.В.ДВ.09.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2

Б1.В.ДВ.09.02	Сторителлинг в цифровой среде										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.03	Модели искусственного интеллекта в арсенале										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.04	Инструментальные средства бизнес-аналитики										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.05	Influence-маркетинг										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.06	Технологии презентации и переговоров										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.07	IT-системы E-commerce										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.08	Информационная безопасность										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.09	Оmnikanальность в продвижении брендов										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.10	Тайм-менеджмент										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.11	Основы предпринимательства										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.09.12	Управление талантами										УК-10.1; УК-10.2;		УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.10.01	Современные стратегии и тактики продвижения						УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6						

Б1.В.ДВ.10.02	Эффективность коммуникационных кампаний					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.03	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.04	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.05	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.06	Коммуникационный дизайн					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.07	Социальный брендинг					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.08	Медиаэкономика					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							

Б1.В.ДВ.10.09	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.10	Методы коммуникационных исследований					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.11	Performance-маркетинг					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.10.12	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации					УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-5.5; УК-5.6							
Б1.В.ДВ.11.01	Менеджмент рекламного агентства												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.02	Теория и практика рекламных кампаний												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.03	Разработка digital-проекта												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.04	Управление коммуникационными проектами												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.05	Out-of-home реклама												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.06	Теория и практика PR-кампаний												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.07	Тренды в												УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.08	Управление кризисами												УК-12.1; УК-12.2

Б1.В.ДВ.11.09	Контент-маркетинг													УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.10	Анализ данных и искусственный интеллект													УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.11	Мобильный маркетинг													УК-12.1; УК-12.2
Б1.В.ДВ.11.12	Мерчендайзинг													УК-12.1; УК-12.2
Блок 2	Обязательная часть													
Б2.О.01	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
Б2.О.01.01(У)	<i>Учебная практика</i>	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-1.7						УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-6.6; УК-6.7						
Б2.О.02	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.О.02.01(П)	<i>Производственная (ознакомительная)</i>													
Б2.О.02.02(П)	<i>Производственная (проектная) практика</i>													
	Часть, формируемая участниками													
Б2.В.01(Пд)	Преддипломная практика	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	

		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 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>Б1.О.01</b>	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+		+	
Б1.О.01.01	<i>Политология</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.01.02	<i>Математика и статистика</i>								
Б1.О.01.03	<i>Русский язык и культура речи</i>								
Б1.О.01.04	<i>Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности</i>								
Б1.О.01.05	<i>Цифровая грамотность</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.01.06	<i>История России</i>								
Б1.О.01.07	<i>Философия</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			

Б1.О.01.08	<i>Основы российской государственности</i>								
Б1.О.01.09	<i>История религий России</i>								
Б1.О.01.10	<i>Физическая культура</i>								
Б1.О.01.11	<i>Основы менеджмента</i>								
Б1.О.01.12	<i>Основы маркетинга</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.01.13	<i>Основы дизайна</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2			ОПК-3.1; ОПК-3.2				
Б1.О.01.14	<i>История рекламы и связей с общественностью</i>				ОПК-3.1; ОПК-3.2				
Б1.О.01.15	<i>Основы экономики</i>								
Б1.О.01.16	<i>Основы гражданского и трудового права</i>								
Б1.О.01.17	<i>Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2		ОПК-4.1; ОПК-4.2				
Б1.О.01.ДВ.01	<i>Иностранный язык</i>								
Б1.О.01.ДВ.01.01	<i>Русский язык как иностранный</i>								
<b>Б1.О.02</b>	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.О.02.01	<i>Социология</i>								
Б1.О.02.02	<i>Литература</i>				ОПК-3.1; ОПК-3.2				
Б1.О.02.03	<i>Введение в специальность</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2						ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.04	<i>Искусство</i>				ОПК-3.1; ОПК-3.2				
Б1.О.02.05	<i>Основы теории коммуникации</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.06	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>							ОПК-6.1; ОПК-6.2	

Б1.О.02.07	<i>Основы интегрированных коммуникаций в рекламе</i>								
Б1.О.02.08	<i>Основы связей с общественностью</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.09	<i>Имидж регионов мира</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.10	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2						
Б1.О.02.11	<i>Психология рекламы и PR</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2					ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.12	<i>Управление человеческими ресурсами</i>								
Б1.О.02.13	<i>Мировая экономика</i>								
Б1.О.02.14	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.02.15	<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	
Б1.О.02.16	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>						ОПК-6.1; ОПК-6.2		ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
Б1.О.02.17	<i>Маркетинговые исследования</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2				
Б1.О.02.18	<i>Финансовый менеджмент</i>								
Б1.О.02.19	<i>Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2		ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.20	<i>Теория и практика брендинга</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.21	<i>Медиапланирование</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.22	<i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			

Б1.О.02.23	<i>Marketing Communications Trends / Тренды маркетинговых коммуникаций</i>		ОПК-2.1; ОПК-2.2			ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.24	<i>Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности</i>								ОПК-8.1; ОПК-8.2; ОПК-8.3
<b>Б1.О.02.25</b>	<b>Профиль "Реклама"</b>	+	+	+	+	+	+	+	
Б1.О.02.25.01	<i>Организация работы отделов рекламы</i>								
Б1.О.02.25.02	<i>ВTL-технологии продвижения</i>				ОПК-4.1; ОПК-4.2			ОПК-7.1; ОПК-7.2	
Б1.О.02.25.03	<i>Поведение потребителей</i>					ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.25.04	<i>Креатив в рекламе</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2	ОПК-2.1; ОПК-2.2	ОПК-3.1; ОПК-3.2					
Б1.О.02.25.05	<i>Теория и практика продаж в рекламе</i>								
Б1.О.02.25.06	<i>Копирайтинг в рекламе</i>	ОПК-1.1; ОПК-1.2		ОПК-3.1; ОПК-3.2		ОПК-5.1; ОПК-5.2			
Б1.О.02.25.07	<i>Курсовая работа по дисциплине профиля</i>						ОПК-6.1; ОПК-6.2		
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б1.В.01	Прикладная физическая культура								
Б1.В.02	Второй иностранный язык (практический курс)								
Б1.В.ДВ.01.01	Нестандартные рекламные и PR-технологии								
Б1.В.ДВ.01.02	Реклама в современном мире								
Б1.В.ДВ.01.03	PR в современном мире								
Б1.В.ДВ.01.04	Разработка рекламной идеи								
Б1.В.ДВ.01.05	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности								

Б1.В.ДВ.01.06	Креативные коммуникации								
Б1.В.ДВ.01.07	Современные технологии презентации								
Б1.В.ДВ.01.08	Актуальные аспекты PR-деятельности								
Б1.В.ДВ.01.09	Основы разработки PR-проектов								
Б1.В.ДВ.01.10	Введение в журналистику								
Б1.В.ДВ.01.11	Креатив в дизайне								
Б1.В.ДВ.01.12	Практические аспекты в рекламе								
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций								
Б1.В.ДВ.02.02	Технологии создания персонального имиджа								
Б1.В.ДВ.02.03	Арт-менеджмент								
Б1.В.ДВ.02.04	Ораторское искусство								
Б1.В.ДВ.02.05	Художественные образы в коммуникациях								
Б1.В.ДВ.02.06	Введение в цифровые коммуникации								
Б1.В.ДВ.02.07	Мировая художественная культура								
Б1.В.ДВ.02.08	Основы публичного выступления								
Б1.В.ДВ.02.09	Массовая культура в коммуникациях								
Б1.В.ДВ.02.10	Личный бренд с нуля								
Б1.В.ДВ.02.11	Имиджевые коммуникации								
Б1.В.ДВ.02.12	Звуковые образы в коммуникациях								

Б1.В.ДВ.03.01	Методы воздействия в массовых коммуникациях								
Б1.В.ДВ.03.02	Основы создания медиатекстов								
Б1.В.ДВ.03.03	История кинематографа								
Б1.В.ДВ.03.04	Развитие креативного мышления								
Б1.В.ДВ.03.05	Имидж территорий								
Б1.В.ДВ.03.06	Бизнес-этикет								
Б1.В.ДВ.03.07	Практика медиакommunikаций								
Б1.В.ДВ.03.08	Введение в коучинг								
Б1.В.ДВ.03.09	Основы работы с общественным мнением								
Б1.В.ДВ.03.10	Введение в психологию коммуникаций								
Б1.В.ДВ.03.11	Тренды медиадизайна								
Б1.В.ДВ.03.12	Проектное сопровождение фестивальной рекламы								
Б1.В.ДВ.04.01	Практика мультимедийного контента								
Б1.В.ДВ.04.02	Продактплейсмент								
Б1.В.ДВ.04.03	Знаковые системы в дизайне								
Б1.В.ДВ.04.04	Индустрия маркетинговых услуг								
Б1.В.ДВ.04.05	Практика социальной рекламы								
Б1.В.ДВ.04.06	Практика цифровых коммуникаций								
Б1.В.ДВ.04.07	Разработка коммуникационного проекта								
Б1.В.ДВ.04.08	Технологии создания рекламного образа								

Б1.В.ДВ.04.09	Введение в политические коммуникации								
Б1.В.ДВ.04.10	PR: бизнес-стратегии и бизнес-процессы								
Б1.В.ДВ.04.11	Сторителлинг								
Б1.В.ДВ.04.12	Дизайн-мышление								
Б1.В.ДВ.05.01	Событийный маркетинг								
Б1.В.ДВ.05.02	Разработка нового продукта								
Б1.В.ДВ.05.03	Креативные стратегии								
Б1.В.ДВ.05.04	Бренд-коммуникации								
Б1.В.ДВ.05.05	Продюсирование в коммуникационной деятельности								
Б1.В.ДВ.05.06	Спичрайтинг								
Б1.В.ДВ.05.07	Индустрия цифровых коммуникаций								
Б1.В.ДВ.05.08	Креатив в маркетинге								
Б1.В.ДВ.05.09	Визуальная коммуникация бренда								
Б1.В.ДВ.05.10	Спонсорство и партнерство								
Б1.В.ДВ.05.11	Культурные и креативные индустрии								
Б1.В.ДВ.05.12	Проектная документация в маркетинговых коммуникациях								
Б1.В.ДВ.06.01	Интеллектуальное право								
Б1.В.ДВ.06.02	Нейминг								
Б1.В.ДВ.06.03	Введение в лингвомаркетинг								
Б1.В.ДВ.06.04	Основы контент-маркетинга								
Б1.В.ДВ.06.05	HR-коммуникации в PR								
Б1.В.ДВ.06.06	Современные форматы Sales Promotion								

Б1.В.ДВ.06.07	Контент цифровых медиа								
Б1.В.ДВ.06.08	Юридическое сопровождение в рекламе и PR								
Б1.В.ДВ.06.09	Социальный маркетинг								
Б1.В.ДВ.06.10	Внутренние коммуникации								
Б1.В.ДВ.06.11	Практикум ведения переговоров								
Б1.В.ДВ.06.12	Визуальная идентификация брендов								
Б1.В.ДВ.07.01	Дисциплины междисциплинарного модуля								
Б1.В.ДВ.08.01	Этика в маркетинговых коммуникациях								
Б1.В.ДВ.08.02	Маркетинг на B2C рынке								
Б1.В.ДВ.08.03	Нейромаркетинг								
Б1.В.ДВ.08.04	Практика немедийных коммуникаций								
Б1.В.ДВ.08.05	CRM-системы								
Б1.В.ДВ.08.06	История коммуникационного бизнеса								
Б1.В.ДВ.08.07	Управление медиамиксом								
Б1.В.ДВ.08.08	Продвижение в шоу-бизнесе								
Б1.В.ДВ.08.09	Эмоциональный интеллект								
Б1.В.ДВ.08.10	Современные аспекты мониторинга СМИ								
Б1.В.ДВ.08.11	Создание видеоконтента								
Б1.В.ДВ.08.12	Психологические аспекты работы с аудиторией								
Б1.В.ДВ.09.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR								

Б1.В.ДВ.09.02	Сторителлинг в цифровой среде								
Б1.В.ДВ.09.03	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера								
Б1.В.ДВ.09.04	Инструментальные средства бизнес-аналитики								
Б1.В.ДВ.09.05	Influence-маркетинг								
Б1.В.ДВ.09.06	Технологии презентации и переговоров								
Б1.В.ДВ.09.07	IT-системы E-commerce								
Б1.В.ДВ.09.08	Информационная безопасность								
Б1.В.ДВ.09.09	Оmnиканальность в продвижении брендов								
Б1.В.ДВ.09.10	Тайм-менеджмент								
Б1.В.ДВ.09.11	Основы предпринимательства								
Б1.В.ДВ.09.12	Управление талантами								
Б1.В.ДВ.10.01	Современные стратегии и тактики продвижения								
Б1.В.ДВ.10.02	Эффективность коммуникационных кампаний								
Б1.В.ДВ.10.03	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг								
Б1.В.ДВ.10.04	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций								
Б1.В.ДВ.10.05	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций								
Б1.В.ДВ.10.06	Коммуникационный дизайн								
Б1.В.ДВ.10.07	Социальный брендинг								
Б1.В.ДВ.10.08	Медиаэкономика								

Б1.В.ДВ.10.09	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях								
Б1.В.ДВ.10.10	Методы коммуникационных исследований								
Б1.В.ДВ.10.11	Performance-маркетинг								
Б1.В.ДВ.10.12	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации								
Б1.В.ДВ.11.01	Менеджмент рекламного агентства								
Б1.В.ДВ.11.02	Теория и практика рекламных кампаний								
Б1.В.ДВ.11.03	Разработка digital-проекта								
Б1.В.ДВ.11.04	Управление коммуникационными проектами								
Б1.В.ДВ.11.05	Out-of-home реклама								
Б1.В.ДВ.11.06	Теория и практика PR-кампаний								
Б1.В.ДВ.11.07	Тренды в медиапотреблении								
Б1.В.ДВ.11.08	Управление кризисами								
Б1.В.ДВ.11.09	Контент-маркетинг								
Б1.В.ДВ.11.10	Анализ данных и искусственный интеллект								
Б1.В.ДВ.11.11	Мобильный маркетинг								
Б1.В.ДВ.11.12	Мерчендайзинг								
Блок 2	Обязательная часть								
Б2.О.01	<b>Базовая компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.О.01.01(У)	<i>Учебная практика</i>								
Б2.О.02	<b>Вариативная компонента</b>	+	+	+	+	+	+	+	+

Б2.О.02.01(П)	<i>Производственная (ознакомительная) практика</i>								
Б2.О.02.02(П)	<i>Производственная (проектная) практика</i>								
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений								
Б2.В.01(Пд)	Преддипломная практика	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

		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-3: Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма	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 1	Обязательная часть				
Б1.О.01	<b>Базовая компонента</b>	+		+	+
Б1.О.01.01	<i>Политология</i>				
Б1.О.01.02	<i>Математика и статистика</i>				

Б1.О.01.03	<i>Русский язык и культура речи</i>				
Б1.О.01.04	<i>Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности</i>			ПК-3.1; ПК-3.2	
Б1.О.01.05	<i>Цифровая грамотность</i>				
Б1.О.01.06	<i>История России</i>				
Б1.О.01.07	<i>Философия</i>				
Б1.О.01.08	<i>Основы российской государственности</i>				
Б1.О.01.09	<i>История религий России</i>				
Б1.О.01.10	<i>Физическая культура</i>				
Б1.О.01.11	<i>Основы менеджмента</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.01.12	<i>Основы маркетинга</i>				
Б1.О.01.13	<i>Основы дизайна</i>				
Б1.О.01.14	<i>История рекламы и связей с общественностью</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.01.15	<i>Основы экономики</i>				
Б1.О.01.16	<i>Основы гражданского и трудового права</i>				
Б1.О.01.17	<i>Технологии проектирования и производства в маркетинговых коммуникациях</i>				
Б1.О.01.ДВ.01	<i>Иностранный язык</i>				
Б1.О.01.ДВ.01.01	<i>Русский язык как иностранный</i>				
<b>Б1.О.02</b>	<b>Вариативная компонента</b>	+	+		+
Б1.О.02.01	<i>Социология</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.02	<i>Литература</i>				
Б1.О.02.03	<i>Введение в специальность</i>				
Б1.О.02.04	<i>Искусство</i>				

Б1.О.02.05	<i>Основы теории коммуникации</i>				
Б1.О.02.06	<i>Компьютерные технологии в дизайне рекламы</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.07	<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
Б1.О.02.08	<i>Основы связей с общественностью</i>				
Б1.О.02.09	<i>Имидж регионов мира</i>				
Б1.О.02.10	<i>Междисциплинарный курсовой проект</i>				
Б1.О.02.11	<i>Психология рекламы и PR</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.О.02.12	<i>Управление человеческими ресурсами</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.13	<i>Мировая экономика</i>				
Б1.О.02.14	<i>Междисциплинарная курсовая работа</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.15	<i>Теория и практика массовой информации</i>				
Б1.О.02.16	<i>Информационные технологии в рекламе и PR</i>				
Б1.О.02.17	<i>Маркетинговые исследования</i>				
Б1.О.02.18	<i>Финансовый менеджмент</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.19	<i>Практика интегрированных коммуникаций (мастерская)</i>				
Б1.О.02.20	<i>Теория и практика брендинга</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.21	<i>Медиапланирование</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Б1.О.02.22	<i>Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</i>				
Б1.О.02.23	<i>Marketing Communications Trends / Тренды маркетинговых коммуникаций</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.24	<i>Искусственный интеллект в коммуникационной деятельности</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
<b>Б1.О.02.25</b>	<b>Профиль "Реклама"</b>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	+		+
Б1.О.02.25.01	<i>Организация работы отделов рекламы</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.25.02	<i>BTL-технологии продвижения</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.О.02.25.03	<i>Поведение потребителей</i>		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.О.02.25.04	<i>Креатив в рекламе</i>				
Б1.О.02.25.05	<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
Б1.О.02.25.06	<i>Копирайтинг в рекламе</i>				
Б1.О.02.25.07	<i>Курсовая работа по дисциплине профиля</i>				
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				
Б1.В.01	Прикладная физическая культура				
Б1.В.02	Второй иностранный язык (практический курс)				
Б1.В.ДВ.01.01	Нестандартные рекламные и PR- технологии	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.02	Реклама в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.03	PR в современном мире	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			

Б1.В.ДВ.01.04	Разработка рекламной идеи	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.05	Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.06	Креативные коммуникации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.07	Современные технологии презентации	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.08	Актуальные аспекты PR- деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.09	Основы разработки PR-проектов	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.10	Введение в журналистику	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.11	Креатив в дизайне	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.01.12	Практические аспекты в рекламе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.02	Технологии создания персонального имиджа		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.03	Арт-менеджмент		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.04	Ораторское искусство		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.05	Художественные образы в коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.06	Введение в цифровые коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.07	Мировая художественная культура		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.08	Основы публичного выступления		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.09	Массовая культура в коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		

Б1.В.ДВ.02.10	Личный бренд с нуля		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.11	Имиджевые коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.02.12	Звуковые образы в коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.03.01	Методы воздействия в массовых коммуникациях				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.02	Основы создания медиатекстов				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.03	История кинематографа				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.04	Развитие креативного мышления				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.05	Имидж территорий				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.06	Бизнес-этикет				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.07	Практика медиакommunikаций				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.08	Введение в коучинг				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.09	Основы работы с общественным мнением				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.10	Введение в психологию коммуникаций				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.11	Тренды медиадизайна				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.03.12	Проектное сопровождение фестивальной рекламы				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.01	Практика мультимедийного контента				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.02	Продакт плейсмент				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.03	Знаковые системы в дизайне				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.04	Индустрия маркетинговых услуг				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Б1.В.ДВ.04.05	Практика социальной рекламы				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.06	Практика цифровых коммуникаций				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.07	Разработка коммуникационного проекта				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.08	Технологии создания рекламного образа				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.09	Введение в политические коммуникации				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.10	PR: бизнес-стратегии и бизнес- процессы				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.11	Сторителлинг				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.04.12	Дизайн-мышление				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.ДВ.05.01	Событийный маркетинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.02	Разработка нового продукта		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.03	Креативные стратегии		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.04	Бренд-коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.05	Продюсирование в коммуникационной деятельности	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.05.06	Спичрайтинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.07	Индустрия цифровых коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.08	Креатив в маркетинге		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.09	Визуальная коммуникация бренда		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.10	Спонсорство и партнерство		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.05.11	Культурные и креативные индустрии		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		

Б1.В.ДВ.05.12	Проектная документация в маркетинговых коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.06.01	Интеллектуальное право				
Б1.В.ДВ.06.02	Нейминг				
Б1.В.ДВ.06.03	Введение в лингвомаркетинг				
Б1.В.ДВ.06.04	Основы контент-маркетинга				
Б1.В.ДВ.06.05	HR-коммуникации в PR				
Б1.В.ДВ.06.06	Современные форматы Sales Promotion				
Б1.В.ДВ.06.07	Контент цифровых медиа				
Б1.В.ДВ.06.08	Юридическое сопровождение в рекламе и PR				
Б1.В.ДВ.06.09	Социальный маркетинг				
Б1.В.ДВ.06.10	Внутренние коммуникации				
Б1.В.ДВ.06.11	Практикум ведения переговоров				
Б1.В.ДВ.06.12	Визуальная идентификация брендов				
Б1.В.ДВ.07.01	Дисциплины междисциплинарного модуля				
Б1.В.ДВ.08.01	Этика в маркетинговых коммуникациях	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.02	Маркетинг на B2C рынке	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.03	Нейромаркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.04	Практика немедийных коммуникаций	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.05	CRM-системы	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.06	История коммуникационного бизнеса	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.07	Управление медиамиксом	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			

Б1.В.ДВ.08.08	Продвижение в шоу-бизнесе	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.09	Эмоциональный интеллект	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.10	Современные аспекты мониторинга СМИ	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.11	Создание видеоконтента	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.08.12	Психологические аспекты работы с аудиторией	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.09.01	Аналитика социальных медиа для рекламы и PR				
Б1.В.ДВ.09.02	Сторителлинг в цифровой среде				
Б1.В.ДВ.09.03	Модели искусственного интеллекта в арсенале менеджера				
Б1.В.ДВ.09.04	Инструментальные средства бизнес-аналитики				
Б1.В.ДВ.09.05	Influence-маркетинг				
Б1.В.ДВ.09.06	Технологии презентации и переговоров				
Б1.В.ДВ.09.07	IT-системы E-commerce				
Б1.В.ДВ.09.08	Информационная безопасность				
Б1.В.ДВ.09.09	Оmnikanальность в продвижении брендов				
Б1.В.ДВ.09.10	Тайм-менеджмент				
Б1.В.ДВ.09.11	Основы предпринимательства				
Б1.В.ДВ.09.12	Управление талантами				
Б1.В.ДВ.10.01	Современные стратегии и тактики продвижения		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.02	Эффективность коммуникационных кампаний		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		

Б1.В.ДВ.10.03	Технологии геймификации в системе продвижения товаров и услуг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.04	HR-службы в системе маркетинговых коммуникаций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.05	Innovation Marketing / Маркетинг инноваций		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.06	Коммуникационный дизайн		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.07	Социальный брендинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.08	Медиаэкономика		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.09	Интерактивность в маркетинговых коммуникациях		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.10	Методы коммуникационных исследований		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.11	Performance-маркетинг		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.10.12	International marketing communications / Международные маркетинговые коммуникации		ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3		
Б1.В.ДВ.11.01	Менеджмент рекламного агентства	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.02	Теория и практика рекламных кампаний	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.03	Разработка digital-проекта	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.04	Управление коммуникационными проектами	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.05	Out-of-home реклама	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.06	Теория и практика PR-кампаний	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			

Б1.В.ДВ.11.07	Тренды в медиапотреблении	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.08	Управление кризисами	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.09	Контент-маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.10	Анализ данных и искусственный интеллект	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.11	Мобильный маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Б1.В.ДВ.11.12	Мерчендайзинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3			
Блок 2	Обязательная часть				
Б2.О.01	<b>Базовая компонента</b>	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
Б2.О.01.01(У)	<i>Учебная практика</i>				ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.О.02	<b>Вариативная компонента</b>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.О.02.01(П)	<i>Производственная (ознакомительная) практика</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.О.02.02(П)	<i>Производственная (проектная) практика</i>	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				
Б2.В.01(Пд)	Преддипломная практика	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3	ПК-3.1; ПК-3.2	ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

