

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.05.2026 11:08:02
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Филологический факультет

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

Утверждена на заседании
Ученого совета РУДН протокол № 5
от «21» февраля 2011 г.

Открыта приказом ректора РУДН
№ 187
от «07» марта 2012 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, 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:

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

Председатель МС

Руководитель ОУП

Р. А. Савастенко

Г.Н. Трофимова

В. В. Барабаш

(подпись)

(подпись)

(подпись)

2026 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 кафедры 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.

4. 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.

5. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОП ВО

- 5.1. 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, Яндекс Телемост и другие технические инструменты опосредованного взаимодействия обучающихся и педагогических работников (в том числе использование для учебных целей корпоративной электронной почты РУДН, Yandex и др.).
- 5.2. Язык реализации ОП ВО – *русский*.
- 5.3. 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.
- 5.4. ОП ВО реализуется ФГАОУ ВО «Российским университетом дружбы народов им. Патриса Лумумбы».
- 5.5. Информация о планируемых базах проведения учебных/производственных практик и(или) НИР

Практика*	База проведения практики (наименование организации, место нахождения)
Учебная, стационарная	кафедра массовых коммуникаций РУДН, г. Москва
Производственная, стационарная	кафедра массовых коммуникаций РУДН, г. Москва;
Преддипломная практика (производственная, стационарная)	кафедра массовых коммуникаций РУДН, г. Москва
Научно-исследовательская практика (стационарная)	кафедра 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).

6. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКА ОП

6.1. 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.

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

- организационно-управленческий;
- проектно-аналитический.

6.3. 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	A		5	Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
--------	---	--	---	--------------------------	--------	---

Код и наименование проф. стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	код	наименование	уровень квалификации	Наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
06.009	B	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация поставки продукции СМИ	A/02.5	5
				Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
				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

06.013	В	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Подбор информации по тематике сайта	В/01.5	5
				Создание информационных материалов для сайта	В/02.5	5
				Редактирование информации на сайте	В/03.5	5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	В/04.5	5
				Модерирование обсуждений на сайте, форуме и в социальных сетях	В/05.5	5
				Нормативный контроль содержания сайта	В/06.5	5

7. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОП ВО

7.1. 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>

<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-образовательную деятельность; критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач; применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания.</p> <p>УК-6.3. Владеет навыками эффективного целеполагания;</p>

	<p>приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях</p>
<p>УК-7. Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации</p>	<p>УК-7.1. Знает основные технологии, программное и аппаратное обеспечение коммуникации в цифровой среде (в том числе с использованием технологий SMAAC=Social, Mobile, Apps, Analitics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) учитывает требования информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм.</p> <p>УК-7.2. Использует различные цифровые средства, позволяющие во взаимодействии с другими людьми достигать поставленных целей.</p> <p>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, Analitics - социальные сети, мобильная связь, приложения, аналитика, облачные технологии) с учетом требований информационной безопасности, конфиденциальности, этических и правовых норм.</p>

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

Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения компетенции
<p>ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	<p>ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов 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.</p>
<p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и</p>	<p>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</p>

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.

7.3. 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-3: Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-3.1. 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-3.2. Проводит анализ ситуации и Разрабатывает проекты и кампании в Сфере рекламы и связей с общественностью.	06.013

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование проф. стандарта, на основании которого сформулирована ПК
<p>ПК-4: Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар</p>	<p>ПК-4.1. Отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике ПК-4.2. 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>	<p>06.013</p>
<p>ПК-5: Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма</p>	<p>ПК-5.1. Определяет содержание и формы профилактической работы по противодействию идеологии терроризма и неонацизма в соответствии с действующими нормативными правовыми актами ПК-5.2. Организует и проводит профилактические мероприятия в образовательной или социальной среде в соответствии с установленными требованиями и нормативными документами</p>	<p>06.013</p>

8. **МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ**, формируемых у обучающихся при освоении ОП ВО по направлению подготовки 42.04.01 «Управление бизнес-коммуникациями»

		Универсальные компетенции						
Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом		УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий.	УК-2: Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.	УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, выработать 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 определить и реализовать 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
Блок 1	Обязательная часть							
	Базовая компонента							
	<i>Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии</i>		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				
	<i>Современные технологии в рекламе и PR</i>							

	<i>Управление рекламным агентством и связями с общественностью</i>		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				
	<i>Иностранный язык в профессиональной деятельности</i>				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3			
	<i>Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности</i>				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3			
	Вариативная компонента							
	<i>Event-менеджмент</i>		УК-2.1 УК-2.2 УК-2.3	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				
	<i>История и теория media</i>					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		
	<i>Медиаменеджмент</i>							
	<i>Социологические исследования</i>							
	<i>Медиаэкономика</i>							
	<i>Политические коммуникации</i>							
	<i>Психология управления</i>						УК-6.1 УК-6.2 УК-6.3	
	<i>Методология проектной деятельности</i>					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		

	<i>Внутрикорпоративные коммуникации</i>			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				
	<i>Межкультурная коммуникация</i>				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3	УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		
	<i>Бренд-менеджмент</i>							УК-7.1 УК-7.2 УК-7.3
	<i>Professional workshop / Профессиональный воркшоп</i>							
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Организация работы пресс-службы			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3				УК-7.1 УК-7.2 УК-7.3
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен				УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3			УК-7.1 УК-7.2 УК-7.3
	Управление предприятием в инфокоммуникациях							
	Психология массовых коммуникаций	УК-1.1 УК-1.2 УК-1.3		УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3		УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		

	Взаимодействие со СМИ							
	Деловое общение и этикет			УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3			
	Технологии графического дизайна							УК-7.1 УК-7.2 УК-7.3
	Профессиональный воркшоп на русском языке					УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3		
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью							
	Сетевые media							УК-7.1 УК-7.2 УК-7.3
Блок 2	Обязательная часть							
	Базовая компонента							
	<i>Ознакомительная практика</i>		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-7.1 УК-7.2 УК-7.3
	Вариативная компонента							
	<i>Научно-исследовательская работа</i>	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

<i>Преддипломная практика</i>	УК-1.1	УК-2.1	УК-3.1	УК-4.1	УК-5.1	УК-6.1	УК-7.1
	УК-1.2	УК-2.2	УК-3.2	УК-4.2	УК-5.2	УК-6.2	УК-7.2
	УК-1.3	УК-2.3	УК-3.3	УК-4.3	УК-5.3	УК-6.3	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 медиакоммуникационных 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.
Блок 1	Обязательная часть						
	Базовая компонента						
	<i>Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии</i>	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
	<i>Современные технологии в рекламе и PR</i>	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
	<i>Управление рекламным агентством и связями с</i>			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	

	<i>Иностранный язык в профессиональной деятельности</i>						
	<i>Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности</i>						
	Вариативная компонента						
	<i>Event-менеджмент</i>						
	<i>История и теория media</i>						
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	
	<i>Медиаменеджмент</i>	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3				ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	
	<i>Социологические исследования</i>				ОПК-4.1 ОПК-4.2 ОПК-4.3		
	<i>Медиаэкономика</i>					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	
	<i>Политические коммуникации</i>		ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3				
	<i>Психология управления</i>						
	<i>Методология проектной деятельности</i>					ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	

	<i>Внутрикорпоративные коммуникации</i>						
	<i>Межкультурная коммуникация</i>						
	<i>Бренд-менеджмент</i>						
	<i>Professional workshop / Профессиональный воркшоп</i>						
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						
	Организация работы пресс-службы						
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен						
	Управление предприятием в инфокоммуникациях						
	Психология массовых коммуникаций						
	Взаимодействие со СМИ						
	Деловое общение и этикет						
	Технологии графического дизайна						
	Профессиональный воркшоп на русском языке						
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью						
	Сетевые media						
Блок 2	Обязательная часть						
	Базовая компонента						
	<i>Ознакомительная практика</i>	ОПК-1.1 ОПК-1.2 ОПК-1.3	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3			ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	ОПК-6.1 ОПК-6.2 ОПК-6.3
	Вариативная компонента						

	<i>Научно-исследовательская работа</i>	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
	<i>Преддипломная практика</i>	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

		Общепрофессиональные компетенции	
	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	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.
Блок 1	Обязательная часть		
	Базовая компонента		
	<i>Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии</i>		
	<i>Современные технологии в рекламе и PR</i>		

	<i>Управление рекламным агентством и связями с</i>		
	<i>Иностранный язык в профессиональной деятельности</i>		
	<i>Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности</i>		
	Вариативная компонента		
	<i>Event-менеджмент</i>		
	<i>История и теория media</i>		
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>	ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3	
	<i>Медиаменеджмент</i>		
	<i>Социологические исследования</i>		
	<i>Медиаэкономика</i>		
	<i>Политические коммуникации</i>		
	<i>Психология управления</i>		
	<i>Методология проектной деятельности</i>		
	<i>Внутрикорпоративные коммуникации</i>		ОПК-8.1 ОПК-8.2 ОПК-8.3
	<i>Межкультурная коммуникация</i>		
	<i>Бренд-менеджмент</i>		

	<i>Professional workshop /</i> <i>Профессиональный воркшоп</i>		ОПК-8.1 ОПК-8.2 ОПК-8.3
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений		
	Организация работы пресс-службы		
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен		
	Управление предприятием в инфокоммуникациях		
	Психология массовых коммуникаций		
	Взаимодействие со СМИ		
	Деловое общение и этикет		
	Технологии графического дизайна		
	Профессиональный воркшоп на русском языке		
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью		
	Сетевые media		
Блок 2	Обязательная часть		
	Базовая компонента		

	<i>Ознакомительная практика</i>		ОПК-8.1 ОПК-8.2 ОПК-8.3
	Вариативная компонента		
	<i>Научно-исследовательская работа</i>	ОПК-7.1 ОПК-7.2 ОПК-7.3	ОПК-8.1 ОПК-8.2 ОПК-8.3
	<i>Преддипломная практика</i>	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-3: Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-4: Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и /или пиар	ПК-5: Способен организовывать и проводить общепрофилактические, адресные, индивидуальные мероприятия по противодействию распространения идеологии терроризма и идей неонацизма
Блок 1	Обязательная часть			
	Базовая компонента			
	<i>Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии</i>			

	<i>Современные технологии в рекламе и PR</i>			
	<i>Управление рекламным агентством и связями с</i>	ПК-3.1. ПК-3.2		
	<i>Иностранный язык в профессиональной деятельности</i>			
	<i>Русский язык как иностранный в профессиональной деятельности</i>			
	Вариативная компонента			
	<i>Event-менеджмент</i>			
	<i>История и теория media</i>			
	<i>Теория и практика PR и рекламы</i>			
	<i>Медиаменеджмент</i>			
	<i>Социологические исследования</i>			
	<i>Медиаэкономика</i>			
	<i>Политические коммуникации</i>		ПК-4.1. ПК-4.2	
	<i>Психология управления</i>			
	<i>Методология проектной деятельности</i>			
	<i>Внутрикорпоративные коммуникации</i>		ПК-4.1. ПК-4.2	
	<i>Межкультурная коммуникация</i>			

	<i>Бренд-менеджмент</i>		ПК-4.1. ПК-4.2	
	<i>Professional workshop / Профессиональный воркшоп</i>	ПК-3.1. ПК-3.2	ПК-4.1. ПК-4.2	ПК-5.1. ПК-5.2
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений			
	Организация работы пресс-службы	ПК-3.1. ПК-3.2		
	Рекламная коммуникация как социокультурный феномен			
	Управление предприятием в инфокоммуникациях	ПК-3.1. ПК-3.2		
	Психология массовых коммуникаций			
	Взаимодействие со СМИ	ПК-3.1. ПК-3.2		
	Деловое общение и этикет			
	Технологии графического дизайна			
	Профессиональный воркшоп на русском языке			
	Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью	ПК-3.1. ПК-3.2	ПК-4.1. ПК-4.2	

	Сетевые media			
Блок 2	Обязательная часть			
	Базовая компонента			
	<i>Ознакомительная практика</i>	ПК-3.1. ПК-3.2		
	Вариативная компонента			
	<i>Научно-исследовательская работа</i>	ПК-3.1. ПК-3.2	ПК-4.1. ПК-4.2	
	<i>Преддипломная практика</i>	ПК-3.1. ПК-3.2	ПК-4.1. ПК-4.2	ПК-5.1 ПК-5.2