

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хохлова Елена Васильевна
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 14.09.2023 14:31:38
Уникальный программный ключ:
3da23558815b077cfe6ff3f8bf91c4a78a77e0aa

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева



План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 13 от 28.06.2022

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

И.о. проректора
по УВРчМП

Хохлова Е.В.

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Стратегические коммуникации в условиях цифровизации

Кафедра: Связей с общественностью и речевой коммуникации
Институт: Экономики и управления АПК

Квалификация: магистр
Форма обучения: Очная
Срок получения образования: 2 г.
Типы задач профессиональной деятельности
организационно-управленческий
проектно-аналитический
производственно-технологический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

И.о. начальника УМУ

Начальник УО

Директор института

И.о. зав. кафедрой

Руководитель ОПОП

/ Матвеев А.С./
/ Сашина Л.М./
/ Хоружий Л.И./
/ Гнездилова Е.В./
/ Гнездилова Е.В./

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Стратегические коммуникации в условиях цифровизации

Кафедра: Связей с общественностью и речевой коммуникации

Институт: Экономики и управления АПК

Квалификация: магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

производственно-технологический

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				29 - 4	Январь				26 - 1	Февраль				23 - 1	Март				30 - 5	Апрель				27 - 3	Май				Июнь				29 - 5	Июль				27 - 2	Август				
Числа	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 4	5 - 11	12 - 18	19 - 25	26 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 1	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	30 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 3	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	29 - 5	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 - 2	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 31					
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52					
I										*							Э	*	К	*	К	П	П	П	П	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	Э	Э	П	П	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
II										*				П	П	Э	Э	Э	*	К	*	К					*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	П	П	К	К	Г	Г	Д	Д	Д	Д	Д	Д	К	К	К	К	К	К	К	К

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	15 5/6	13 2/6	29 1/6	13 3/6	8 4/6	22 1/6	51 2/6
Э	Экзаменационные сессии	1 2/6	2	3 2/6	1 4/6	1	2 4/6	6
П	Производственная практика		9 5/6	9 5/6	2	7 4/6	9 4/6	19 3/6
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4	4	4
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена					2	2	2
К	Продолжительность каникул	10 дн	43 дн	53 дн	10 дн	56 дн	66 дн	119 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенье)	9 дн	5 дн	14 дн	9 дн	5 дн	14 дн	28 дн
Продолжительность		140 дн	225 дн	365 дн	140 дн	226 дн	366 дн	
Високосный год			-			+		

Индекс	Содержание	Тип
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК
УК-1.1	Знает основы стратегического планирования и ситуационный анализ	-
Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
Б1.О.01.01	Методологические проблемы современной науки	
Б1.О.01.03	Мировая культура и современная коммуникация	
Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.О.01.03(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-1.2	Способен вырабатывать стратегию действий в проектной и информационно-коммуникационной деятельности	-
Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
Б1.О.01.01	Методологические проблемы современной науки	
Б1.О.01.03	Мировая культура и современная коммуникация	
Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.О.01.03(П)	Научно-исследовательская работа	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
УК-2.1	Владеет навыками управления рекламными и пиар-проектами	-
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	
Б1.О.04.04	Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.02	Управление отделом рекламы, связей с общественностью и пресс-службой	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-2.2	Владет навыками управления информационно-коммуникационными проектами	-
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	
Б1.О.04.04	Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.02	Управление отделом рекламы, связей с общественностью и пресс-службой	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК
УК-3.1	Знает основы управления персоналом	-
Б1.О.03	Информационно-технологические дисциплины	
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации и новые медиа	
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

УК-3.2	Умеет вырабатывать командную стратегию и достигать поставленную цель	-
Б1.О.03	Информационно-технологические дисциплины	
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации и новые медиа	
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК
УК-4.1	Знает современные коммуникативные технологии, необходимые для академического взаимодействия на русском и иностранном языке	-
Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
Б1.О.02.01	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	
Б1.О.02.02	Медиалингвистика	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-4.2	Владеет современными коммуникативными технологиями в профессиональной сфере	-
Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
Б1.О.02.01	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	
Б1.О.02.02	Медиалингвистика	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК
УК-5.1	Способен учитывать межкультурное разнообразие в профессиональной деятельности на внутреннем рынке	-
Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
Б1.О.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	
Б1.В.ДВ.01.01	Креативный копирайтинг	
Б1.В.ДВ.01.02	Нейминг и нейминговая экспертиза	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-5.2	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе международного бизнес-взаимодействия	-
Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
Б1.О.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	
Б1.В.ДВ.01.01	Креативный копирайтинг	
Б1.В.ДВ.01.02	Нейминг и нейминговая экспертиза	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК
УК-6.1	Умеет планировать личную карьеру и совершенствоваться на основе самооценки	-
Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	

	Б1.О.01.02	Научные исследования в профессиональной сфере	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-6.2		Определяет приоритеты собственной деятельности и реализует основы персонального брендинга	-
	Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
	Б1.О.01.02	Научные исследования в профессиональной сфере	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
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
ОПК-1.1		Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	-
	Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
	Б1.О.02.01	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	
	Б1.О.02.02	Медиалингвистика	
	Б2.О.01	Производственная практика	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-1.2		Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей цифровых систем	-
	Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
	Б1.О.02.01	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	
	Б1.О.02.02	Медиалингвистика	
	Б2.О.01	Производственная практика	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
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
ОПК-2.1		Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	-
	Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
	Б1.О.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
	Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
	Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента в цифровой среде	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-2.2		Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	-
	Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	
	Б1.О.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
	Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
	Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента в цифровой среде	

	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-3		Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК
	ОПК-3.1	Знает этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	-
	Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
	Б1.О.01.01	Методологические проблемы современной науки	
	Б1.О.01.03	Мировая культура и современная коммуникация	
	Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-3.2		Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	-
	Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
	Б1.О.01.01	Методологические проблемы современной науки	
	Б1.О.01.03	Мировая культура и современная коммуникация	
	Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
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
	ОПК-4.1	Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	-
	Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
	Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента в цифровой среде	
	Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	
	Б1.О.04.06	Теория и методология современной коммуникативистики	
	Б2.О.01	Производственная практика	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б2.О.01.03(П)	Научно-исследовательская работа	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-4.2		Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке /реализации иных коммуникационных продуктов	-
	Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
	Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента в цифровой среде	
	Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	
	Б1.О.04.06	Теория и методология современной коммуникативистики	
	Б2.О.01	Производственная практика	
	Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	
	Б2.О.01.03(П)	Научно-исследовательская работа	
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
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
	ОПК-5.1	Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	-
	Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
	Б1.О.01.04	Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	

B1.O.02	Историко-филологические дисциплины	
B1.O.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
B1.O.04	Общепрофессиональные дисциплины	
B1.O.04.05	Новые тенденции и технологии в рекламе и связях с общественностью	
B3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-5.2	При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	-
B1.O.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
B1.O.01.04	Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	
B1.O.02	Историко-филологические дисциплины	
B1.O.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	
B1.O.04	Общепрофессиональные дисциплины	
B1.O.04.05	Новые тенденции и технологии в рекламе и связях с общественностью	
B3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК
ОПК-6.1	Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	-
B1.O.03	Информационно-технологические дисциплины	
B1.O.03.01	Цифровые коммуникации и новые медиа	
B1.O.03.02	Графический дизайн	
B1.O.04	Общепрофессиональные дисциплины	
B1.O.04.05	Новые тенденции и технологии в рекламе и связях с общественностью	
B3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
B3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-6.2	Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	-
B1.O.03	Информационно-технологические дисциплины	
B1.O.03.01	Цифровые коммуникации и новые медиа	
B1.O.03.02	Графический дизайн	
B1.O.04	Общепрофессиональные дисциплины	
B1.O.04.05	Новые тенденции и технологии в рекламе и связях с общественностью	
B3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
B3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК
ОПК-7.1	Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности	-
B1.O.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
B1.O.01.02	Научные исследования в профессиональной сфере	
B1.O.04	Общепрофессиональные дисциплины	
B1.O.04.01	Управление коммуникационными проектами	
B1.O.04.04	Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью	

Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-7.2	Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	-
Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	
Б1.О.01.02	Научные исследования в профессиональной сфере	
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	
Б1.О.04.04	Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач проф. деятельности:	организационно-управленческий	
ПКос-1	Способен к руководству подразделением (компанией) в сфере рекламы и связей с общественностью, организации и управлению коммуникационными проектами и мероприятиями	-
ПКос-1.1	Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства в условиях цифровизации	-
Б1.В.02	Управление отделом рекламы, связей с общественностью и пресс-службой	
Б1.В.10	Инвестрелейшнз и коммуникационная деятельность	
Б1.В.11	Информационная безопасность и безопасность профессиональной деятельности	
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Внутренние и внешние коммуникации в условиях цифровизации	
ПКос-1.2	Осуществляет функции организации и управления коммуникационными проектами и мероприятиями, контролирует и оценивает их эффективность	-
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.01.01	Креативный копирайтинг	
Б1.В.ДВ.01.02	Нейминг и нейминговая экспертиза	
Б1.В.11	Информационная безопасность и безопасность профессиональной деятельности	
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач проф. деятельности:	проектно-аналитический	
ПКос-2	Способен к проектированию программ продвижения и коммуникационных мероприятий на основе анализа рынка и маркетингового коммуникационного пространства в условиях цифровизации	-
ПКос-2.1	Осуществляет функции проектирования, организации и проведения маркетинговых исследований	-
Б1.В.01	Маркетинговые исследования рынков	
Б1.В.09	Стратегические коммуникации в бизнесе	
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	Вербальная и невербальная коммуникация: коды культуры	
ПКос-2.2	Разрабатывает коммуникационную стратегию компании и проектирует программы продвижения и мероприятия, способствующие увеличению продаж	-
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	

Б1.В.ДВ.01.01	Креативный копирайтинг	
Б1.В.ДВ.01.02	Нейминг и нейминговая экспертиза	
Б1.В.06	Выставочно-конгрессная деятельность и ее коммуникационное сопровождение	
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций	
Б1.В.ДВ.02.02	Реклама как поликодовый текст	
Б1.В.ДВ.03.01	Брендинг и цифровые коммуникации	
Б1.В.ДВ.03.02	Рекламные и PR-технологии продвижения территорий	
Б1.В.08	Разработка программы продвижения продукта	
Б1.В.09	Стратегические коммуникации в бизнесе	
Б1.В.12	Антикризисные коммуникации в условиях цифровизации	
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач проф. деятельности:	производственно-технологический	
ПКос-3	Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в условиях цифровизации	-
ПКос-3.1	Использует современные технологии формирования взаимоотношений и встраивания онлайн и офлайн коммуникаций с различными стейкхолдерами	-
Б1.В.01	Маркетинговые исследования рынков	
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.04	Аграрная политика и медиасфера	
Б1.В.05	GR и технология лоббирования	
Б1.В.06	Выставочно-конгрессная деятельность и ее коммуникационное сопровождение	
Б1.В.ДВ.03.01	Брендинг и цифровые коммуникации	
Б1.В.ДВ.03.02	Рекламные и PR-технологии продвижения территорий	
Б1.В.07	Технология фандрайзинга и спонсоринга	
Б1.В.08	Разработка программы продвижения продукта	
Б1.В.10	Инвестрелейшнз и коммуникационная деятельность	
Б1.В.11	Информационная безопасность и безопасность профессиональной деятельности	
Б1.В.12	Антикризисные коммуникации в условиях цифровизации	
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Внутренние и внешние коммуникации в условиях цифровизации	
ПКос-3.2	Использует современные технологии разработки специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в цифровой среде	-
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.04	Аграрная политика и медиасфера	
Б1.В.05	GR и технология лоббирования	
Б1.В.06	Выставочно-конгрессная деятельность и ее коммуникационное сопровождение	
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций	

Б1.В.ДВ.02.02	Реклама как поликодовый текст	
Б1.В.07	Технология фандрайзинга и спонсоринга	
Б1.В.10	Инвестрелейшнз и коммуникационная деятельность	
Б1.В.12	Антикризисные коммуникации в условиях цифровизации	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б1.О.01	Социально-гуманитарные дисциплины	УК-1.1; УК-1.2; УК-6.1; УК-6.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.01.01	Методологические проблемы современной науки	УК-1.1; УК-1.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2
Б1.О.01.02	Научные исследования в профессиональной сфере	УК-6.1; УК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.01.03	Мировая культура и современная коммуникация	УК-1.1; УК-1.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2
Б1.О.01.04	Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.02	Историко-филологические дисциплины	УК-4.1; УК-4.2; УК-5.1; УК-5.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.02.01	Иностранный язык в профессиональной коммуникации	УК-4.1; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2
Б1.О.02.02	Медиалингвистика	УК-4.1; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2
Б1.О.02.03	Кросс-культурные коммуникации в коммерческой сфере	УК-5.1; УК-5.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2
Б1.О.03	Информационно-технологические дисциплины	УК-3.1; УК-3.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации и новые медиа	УК-3.1; УК-3.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2
Б1.О.03.02	Графический дизайн	ОПК-6.1; ОПК-6.2
Б1.О.04	Общепрофессиональные дисциплины	УК-2.1; УК-2.2; УК-3.1; УК-3.2; УК-5.1; УК-5.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.04.01	Управление коммуникационными проектами	УК-2.1; УК-2.2; УК-5.1; УК-5.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.04.02	Разработка и продвижение контента в цифровой среде	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.О.04.03	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	УК-3.1; УК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.О.04.04	Оценка эффективности в рекламе и связях с общественностью	УК-2.1; УК-2.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2
Б1.О.04.05	Новые тенденции и технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2
Б1.О.04.06	Теория и методология современной коммуникативистики	ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2; УК-3; УК-5; ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1
Б1.В.01	Маркетинговые исследования рынков	ПКос-3.1; ПКос-2.1
Б1.В.02	Управление отделом рекламы, связей с общественностью и пресс-службой	УК-2.1; УК-2.2; ПКос-1.1
Б1.В.03	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью	УК-3.1; УК-3.2; ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2
Б1.В.04	Аграрная политика и медиасфера	ПКос-3.1; ПКос-3.2
Б1.В.05	GR и технология лоббирования	ПКос-3.1; ПКос-3.2
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.01)	УК-5.1; УК-5.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2
Б1.В.ДВ.01.01	Креативный копирайтинг	УК-5.1; УК-5.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2
Б1.В.ДВ.01.02	Нейминг и нейминговая экспертиза	УК-5.1; УК-5.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2
Б1.В.06	Выставочно-конгрессная деятельность и ее коммуникационное сопровождение	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	ПКос-3.2; ПКос-2.2
Б1.В.ДВ.02.01	Основы визуальных коммуникаций	ПКос-3.2; ПКос-2.2
Б1.В.ДВ.02.02	Реклама как поликодовый текст	ПКос-3.2; ПКос-2.2

Б1.В.07	Технология фандрайзинга и спонсоринга	ПКос-3.1; ПКос-3.2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	ПКос-3.1; ПКос-2.2
Б1.В.ДВ.03.01	Брендинг и цифровые коммуникации	ПКос-3.1; ПКос-2.2
Б1.В.ДВ.03.02	Рекламные и PR-технологии продвижения территорий	ПКос-3.1; ПКос-2.2
Б1.В.08	Разработка программы продвижения продукта	ПКос-3.1; ПКос-2.2
Б1.В.09	Стратегические коммуникации в бизнесе	ПКос-2.1; ПКос-2.2
Б1.В.10	Инвестрелейшнз и коммуникационная деятельность	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-1.1
Б1.В.11	Информационная безопасность и безопасность профессиональной деятельности	ПКос-3.1; ПКос-1.1; ПКос-1.2
Б1.В.12	Антикризисные коммуникации в условиях цифровизации	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2
Б1.В.13	Документоведение и тендерная документация	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ПКос-3; ПКос-2
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4
Б2.О.01	Производственная практика	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б2.О.01.01(П)	Научно-исследовательская практика	УК-6.1; УК-6.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б2.О.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1.1; УК-1.2; УК-6.1; УК-6.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2
Б2.О.01.03(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1.1; УК-1.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2; ПКос-3; ПКос-2
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Преддипломная практика	УК-2.1; УК-2.2; ПКос-3.2; ПКос-2.1; ПКос-2.2
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	УК-3.1; УК-3.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-3.1; УК-3.2; УК-4.1; УК-4.2; УК-5.1; УК-5.2; УК-6.1; УК-6.2; 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; ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2
ФТД	Факультативы	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1
ФТД.01	Вербальная и невербальная коммуникация: коды культуры	ПКос-2.1
ФТД.02	Внутренние и внешние коммуникации в условиях цифровизации	ПКос-3.1; ПКос-1.1

Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1	
В	Организация продвижения продукции СМИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1	Высшее образование - бакалавриат
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1; ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
ТД.1	Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
ТД.4	Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
ТД.5	Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
ТД.6	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
У.1	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
У.2	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
У.5	Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
У.6	Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
Зн.2	Маркетинговые технологии	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
Зн.3	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	ПКос-3.1; ПКос-2.1	
Зн.4	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	ПКос-1.1	
Зн.5	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности	ПКос-3.1; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1; ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.1	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	ПКос-3.1	

ТД.2	Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	ПКос-3.1	
ТД.3	Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	ПКос-2.1	
ТД.4	Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПКос-3.1	
ТД.5	Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	ПКос-3.1	
ТД.6	Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПКос-3.1	
ТД.7	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	ПКос-3.1	
У.1	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты	ПКос-3.1	
У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
У.3	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций	ПКос-3.1	
У.4	Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение	ПКос-3.1	
Зн.2	Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж	ПКос-2.1	
Зн.3	Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента	ПКос-2.1	
Зн.4	Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	ПКос-2.1	
Зн.5	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность	ПКос-1.1	
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок	ПКос-3.1; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1	
ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	

У.2	Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-1.2	
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
Зн.2	Основные принципы организации рекламной кампании	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
Зн.3	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
Зн.4	Основы проектной деятельности	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
Зн.5	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность	ПКос-1.1	
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок	ПКос-3.1; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПКос-3; ПКос-2; ПКос-1	
ТД.1	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.2	Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	ПКос-1.2	
ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
У.1	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
У.2	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа	ПКос-1.2	
У.4	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных	ПКос-3.1; ПКос-3.2; ПКос-2.2; ПКос-1.2	
У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров	ПКос-3.1; ПКос-2.1; ПКос-2.2; ПКос-1.1; ПКос-1.2	
Зн.2	Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ	ПКос-3.1; ПКос-1.1; ПКос-1.2	

Индекс	Содержание
Тип задач проф. деятельности:	организационно-управленческий
ПКос-1	Способен к руководству подразделением (компания) в сфере рекламы и связей с общественностью, организации и управлению коммуникационными проектами и мероприятиями
ПКос-1.1	Выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства в условиях цифровизации
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В	Организация продвижения продукции СМИ
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Зн.4	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
Зн.5	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
Зн.5	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Зн.5	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Зн.2	Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ
ПКос-1.2	Осуществляет функции организации и управления коммуникационными проектами и мероприятиями, контролирует и оценивает их эффективность
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В	Организация продвижения продукции СМИ
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Зн.5	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
У.2	Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Зн.2	Основные принципы организации рекламной кампании
Зн.3	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
Зн.4	Основы проектной деятельности
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ТД.1	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
ТД.2	Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
У.1	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
У.2	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
У.4	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных
У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Зн.2	Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ
Тип задач проф. деятельности:	проектно-аналитический
ПКос-2	Способен к проектированию программ продвижения и коммуникационных мероприятий на основе анализа рынка и маркетингового коммуникационного пространства в условиях цифровизации
ПКос-2.1	Осуществляет функции проектирования, организации и проведения маркетинговых исследований
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В	Организация продвижения продукции СМИ
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ
ТД.1	Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.4	Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.5	Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.6	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ
У.1	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
У.2	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
У.5	Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей
У.6	Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования

	Зн.2	Маркетинговые технологии
	Зн.3	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
	В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
	ТД.3	Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ
	У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
	Зн.2	Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
	Зн.3	Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
	Зн.4	Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
	В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
	У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
	В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
	ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
	У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
ПКос-2.2		Разрабатывает коммуникационную стратегию компании и проектирует программы продвижения и мероприятия, способствующие увеличению продаж
06.009		СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
	В	Организация продвижения продукции СМИ
	В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ
	ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
	ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
	У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
	В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
	У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
	В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
	ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
	ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
	ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
	У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
	Зн.2	Основные принципы организации рекламной кампании
	Зн.3	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
	Зн.4	Основы проектной деятельности
	В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
	ТД.1	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
	ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
	ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
	ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
	У.1	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
	У.4	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных

У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Тип задач проф. деятельности:	производственно-технологический
ПКос-3	Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций в условиях цифровизации
ПКос-3.1	Использует современные технологии формирования взаимоотношений и встраивания онлайн и офлайн коммуникаций с различными стейкхолдерами
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В	Организация продвижения продукции СМИ
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ
ТД.1	Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.4	Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.5	Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
ТД.6	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ
У.1	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
У.2	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
У.5	Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей
У.6	Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
Зн.2	Маркетинговые технологии
Зн.3	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
Зн.5	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
ТД.1	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ТД.2	Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
ТД.4	Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ
ТД.5	Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
ТД.6	Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
ТД.7	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
У.1	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
У.2	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
У.3	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
У.4	Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах

ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
У.2	Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
У.4	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Зн.2	Основные принципы организации рекламной кампании
Зн.3	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
Зн.4	Основы проектной деятельности
Зн.6	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ТД.1	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
У.1	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
У.4	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных
У.5	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Зн.2	Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ
ПКос-3.2	Использует современные технологии разработки специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами в цифровой среде
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
В	Организация продвижения продукции СМИ
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ
ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
У.2	Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
У.3	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
Зн.2	Основные принципы организации рекламной кампании
Зн.3	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
Зн.4	Основы проектной деятельности
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ТД.1	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
У.1	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
У.4	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных

		Итого					Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
					Не менее	Факт						
	Итого (с факультативами)				98	124	62	24	38	62	28	34
	Итого по ОП (без факультативов)				96	120	60	24	36	60	26	34
Б1	Дисциплины (модули)	48%	52%	14.2%	60	81	45	24	21	36	23	13
Б1.О	Обязательная часть					39	21	12	9	18	14	4
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					42	24	12	12	18	9	9
Б2	Практика	60%	40%	0%	30	30	15		15	15	3	12
Б2.О	Обязательная часть					18	15		15	3	3	
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					12				12		12
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9				9		9
ФТД	Факультативы				2	4	2		2	2	2	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				51.2	-	50.4	49.4	-	55.9	48.4
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)				48.1	-	50.4	49.2	-	44.3	49.2
		в период гос. экзаменов					-			-		54
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП				14	-	13.9	14.1	-	14	14.1
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				716.4	-	218.8	187.85	-	187.95	121.8
		Блок Б2				10	-		5	-	1	4
		Блок Б3				33	-			-		33
		Блок ФТД				32.5	-		16.25	-	16.25	
		Итого по всем блокам				791.9	-	218.8	209.1	-	205.2	158.8
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					6	2	4	6	3	3
		ЗАЧЕТ (За)					13	8	5	11	7	4
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					2		2	2	1	1
		КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (КП)					1		1	1	1	
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					20.94%					
	Объем обязательной части от общего объема программы (%)					47.5%						
	Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					24.57%						