

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Национальный исследовательский Томский государственный университет

План одобрен Ученым советом факультета /
института / САЕ

Протокол № 2 от 28.02.2022

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Проректор по
образовательной
деятельности



Лукос Е.В.

42.04.01

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Цифровой бренд-менеджмент

Программа: Цифровой бренд-менеджмент
магистратуры:
Кафедра: каф. социальных коммуникаций
Факультет: психологии

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2022

Форма обучения: Очно-заочная

Срок получения образования: 2г 3м

Образовательный стандарт (СУОС) 646/ОД от 05.07.2021

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
11	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ
11.006	РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Типы задач профессиональной деятельности

административно-управленческий
проектно-аналитический
научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Начальник Учебного управления

Начальник отдела сопровождения
образовательных программ

Декан факультета

Руководитель ООП

Игнальева М.А./

Цой Г.А./

Баланев Д.Ю./

Спичева Д.И./

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра		
			Экза мен	Зачет	Зачет оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование	
Считать в плане	Индекс	Наименование																					
Блок 1.Дисциплины (модули)						60	60	2160	2160	329.9	274	1616.8	213.3		27	27	6						
Обязательная часть						29	29	1044	1044	189.05	162	782.15	72.8		15	14							
+	Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие		222		9	9	324	324	101.55	96	222.45			9								
+	Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой		2		3	3	108	108	17.05	16	90.95			3						137	Факультет психологии	
+	Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language		2		3	3	108	108	54.85	52	53.15			3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие		2		3	3	108	108	29.65	28	78.35			3						108	каф. романо-германской филологии	
+	Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	2			3	3	108	108	16.9	12	59.4	31.7		3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	1			3	3	108	108	14.8	10	79.5	13.7		3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет		2		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line компаний по рекламе и связям с общественностью	1			3	3	108	108	14.8	10	79.5	13.7		3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	1			3	3	108	108	14.8	10	79.5	13.7		3						142	каф. социальных коммуникаций	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						31	31	1116	1116	140.85	112	834.65	140.5		12	13	6						
+	Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	2			4	4	144	144	16.9	12	95.4	31.7		4						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	3	2		4	4	144	144	21.35	16	90.95	31.7		2	2					142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	1			3	3	108	108	14.8	10	61.5	31.7		3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making		3		2	2	72	72	8.65	8	63.35				2					142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	1			5	5	180	180	23.2	18	143.1	13.7		5								
+	Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	1			5	5	180	180	23.2	18	143.1	13.7		5						142	каф. социальных коммуникаций	
-	Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	1			5	5	180	180	23.2	18	143.1	13.7		5						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	1			2	2	72	72	6.55	6	65.45			2								
+	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						168	Институт экономики и менеджмента	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения		1		2	2	72	72	6.55	6	65.45			2						168	Институт экономики и менеджмента	
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	2			2	2	72	72	8.65	8	63.35			2								
+	Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35			2						142	каф. социальных коммуникаций	
-	Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	2			3	3	108	108	16.9	12	59.4	31.7		3								

-	-	-	Форма контроля			з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Курс 3		Закрепленная кафедра		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование	
+	Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	2			3	3	108	108	16.9	12	59.4	31.7			3					142	каф. социальных коммуникаций	
-	Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	2			3	3	108	108	16.9	12	59.4	31.7			3					142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)		3		2	2	72	72	8.65	8	63.35					2						
+	Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики		3		2	2	72	72	8.65	8	63.35					2				142	каф. социальных коммуникаций	
-	Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж		3		2	2	72	72	8.65	8	63.35					2				142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35				2							
+	Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35					2				142	каф. социальных коммуникаций	
-	Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35					2				142	каф. социальных коммуникаций	
Блок 2.Практика						54	54	1944	1944	36		1908			3	3	9	27	12				
Обязательная часть						54	54	1944	1944	36		1908			3	3	9	27	12				
+	Б2.О.01	Учебная практика		14		6	6	216	216	8		208			3			3					
+	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика		1		3	3	108	108	4		104			3						142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика		4		3	3	108	108	4		104					3				142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.02	Производственная практика		24	34455	48	48	1728	1728	28		1700				3	9	24	12				
+	Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа		2	3	12	12	432	432	8		424				3	9				142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика			4	9	9	324	324	4		320						9			142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика		4		3	3	108	108	4		104					3				142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика			45	15	15	540	540	8		532						12	3		142	каф. социальных коммуникаций	
+	Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика			5	9	9	324	324	4		320							9		142	каф. социальных коммуникаций	
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						6	6	216	216	4		212									6		
+	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	5			6	6	216	216	4		212								6		142	каф. социальных коммуникаций
ФТД.Факультативные дисциплины						4	4	144	144	17.3	16	126.7			2	2							
+	ФТД.01	"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании		1		2	2	72	72	8.65	8	63.35			2						142	каф. социальных коммуникаций	
+	ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы		2		2	2	72	72	8.65	8	63.35				2					142	каф. социальных коммуникаций	
Итого з.е./Акад.часов (без факультативов)						120	120	4320	4320	369.9	274	3736.8	213.3		30	30	15	27	18				
Недельная нагрузка в периодах обучения (акад.час/нед)												59.8	58.5	12.2									
Контактная работа (акад.час/нед)												6	10.8	1.8									
з.е. на курсах (без факультативов)												60		42		18							

Индекс	Наименование	Форма контроля			з.е.	Итого акад. часов										Курс 1		Курс 2		Курс 3		Компетенции	
		Экза мен	Зачет	Зачет оц.		Факт	По плану	Конт. раб.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТТ	Конт роль	Семест	Семест	Семест	Семест	Семест		Семест
																	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		з.е.
Блок 1. Дисциплины (модули)					60	2160	329.9	60	156	58	17.2		1616.8	38.7	213.3	27	27	6					
Обязательная часть					29	1044	189.05	26	118	18	9.85		782.15	17.2	72.8	15	14						
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие		222		9	324	101.55	4	92		5.55		222.45				9					УК-3; УК-4; УК-5	
Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой		2		3	108	17.05		16		1.05		90.95				3					УК-3	
Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language		2		3	108	54.85		52		2.85		53.15				3					УК-4	
Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие		2		3	108	29.65	4	24		1.65		78.35				3					УК-5	
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-1; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6	
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4	
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	2			3	108	16.9	2	6	4	0.6		59.4	4.3	31.7		3					УК-2; УК-6; ОПК-7	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-2; ОПК-6; ПК-3	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	1			3	108	14.8	4	4	2	0.5		79.5	4.3	13.7	3						УК-4; ОПК-1; ПК-5	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет		2		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45				2					УК-2; ОПК-7; ПК-4	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	1			3	108	14.8	4	4	2	0.5		79.5	4.3	13.7	3						УК-1; ОПК-2; ПК-4; ПК-6	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	1			3	108	14.8	4	4	2	0.5		79.5	4.3	13.7	3						УК-6; ОПК-4; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					31	1116	140.85	34	38	40	7.35		834.65	21.5	140.5	12	13	6					
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	2			4	144	16.9	4	4	4	0.6		95.4	4.3	31.7		4					УК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-5	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	3	2		4	144	21.35	4	8	4	1.05		90.95	4.3	31.7		2	2				УК-4; ОПК-1; ОПК-3; ПК-2	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	1			3	108	14.8	4	4	2	0.5		61.5	4.3	31.7	3						УК-5; ОПК-1; ОПК-3; ПК-4	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-1; ОПК-5; ОПК-7; ПК-6	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making		3		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35					2				УК-5; ОПК-4; ПК-3	
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	1			5	180	23.2	6	6	6	0.9		143.1	4.3	13.7	5						УК-2; ОПК-6; ПК-3; ПК-5	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	1			5	180	23.2	6	6	6	0.9		143.1	4.3	13.7	5						УК-2; ОПК-6; ПК-3; ПК-5	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	1			5	180	23.2	6	6	6	0.9		143.1	4.3	13.7	5						УК-2; ОПК-6; ПК-3; ПК-5	
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-4; ОПК-5; ПК-4	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-4; ОПК-5; ПК-4	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения		1		2	72	6.55	2	2	2	0.55		65.45			2						УК-4; ОПК-5; ПК-4	
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35				2					УК-6; ОПК-1; ПК-2; ПК-6	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35				2					УК-6; ОПК-1; ПК-2; ПК-6	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35				2					УК-6; ОПК-1; ПК-2; ПК-6	
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	2			3	108	16.9	4	4	4	0.6		59.4	4.3	31.7		3					УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ПК-4	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	2			3	108	16.9	4	4	4	0.6		59.4	4.3	31.7		3					УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ПК-4	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	2			3	108	16.9	4	4	4	0.6		59.4	4.3	31.7		3					УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ПК-4	
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)		3		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35					2				УК-5; ОПК-3; ПК-4	

Индекс	Наименование	Форма контроля			з.е.	Итого акад. часов										Курс 1						Курс 2				Курс 3				Компетенции
		Экза мен	Зачет	Зачет оц.		Факт	По плану	Конт. раб.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТТ	Конт роль	Семест		Семест		Семест		Семест		Семест					
																	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики		3		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							УК-5; ОПК-3; ПК-4			
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж		3		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							УК-5; ОПК-3; ПК-4			
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							УК-1; ОПК-5; ПК-1; ПК-3			
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							УК-1; ОПК-5; ПК-1; ПК-3			
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							УК-1; ОПК-5; ПК-1; ПК-3			
Блок 2. Практика					54	1944	36						36	1908						3	3	9	27	12						
Обязательная часть					54	1944	36						36	1908						3	3	9	27	12						
Б2.О.01	Учебная практика		14		6	216	8						8	208						3			3				УК-2; УК-3; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-6			
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика		1		3	108	4						4	104						3							УК-6; ОПК-2; ПК-5			
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика		4		3	108	4						4	104								3					УК-2; УК-3; ОПК-1; ПК-4; ПК-6			
Б2.О.02	Производственная практика		24	34455	48	1728	28						28	1700						3	9	24	12				УК-2; УК-3; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6			
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа		2	3	12	432	8						8	424						3	9						УК-4; ОПК-3; ПК-2			
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика			4	9	324	4						4	320								9					УК-2; УК-3; ОПК-1; ПК-4; ПК-6			
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика		4		3	108	4						4	104								3					УК-3; ОПК-7; ПК-1			
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика			45	15	540	8						8	532								12	3				УК-1; ОПК-7; ПК-1			
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика			5	9	324	4						4	320									9				УК-5; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6			
Блок 3. Государственная итоговая аттестация					6	216	4						4	212										6						
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	5			6	216	4						4	212										6			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; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6			
ФТД. Факультативные дисциплины					4	144	17.3	4	4	8	1.3		126.7							2	2									
ФТД.01	"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании		1		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35							2							ОПК-6; ПК-5			
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы		2		2	72	8.65	2	2	4	0.65		63.35								2						ОПК-2; ПК-4			
Итого з.е./Акад. часов (без факультативов)					120	4320	369.9	60	156	58	17.2		40	3736.8							213.3	30	30	15	27	18				
Недельная нагрузка в периодах обучения (акад. час/нед)																					59.8	58.5	12.2							
Контактная работа (акад. час/нед)																					6	10.8	1.8							
з.е. на курсах (без факультативов)																						60		42		18				

Индекс	Содержание	Тип
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК
ИУК-1.1	Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-1.2	Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-1.3	Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
ИУК-2.1	Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость.	-
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-2.2	Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	-

Индекс	Содержание	Тип
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-2.3	Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.	-
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(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
ИУК-3.1	Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-3.2	Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения) и индивидуальных возможностей членов команды.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-3.3	Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	УК
ИУК-4.1	Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-4.2	Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на Иностранном языке.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-4.3	Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК
ИУК-5.1	Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-5.2	Организовывает и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.	-
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	
Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(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

Индекс	Содержание	Тип
ИУК-6.1	Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы профессиональной деятельности.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИУК-6.2	Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(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
ИОПК-1.1	Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК-1.2	Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-1.3	Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(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
ИОПК-2.1	Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК-2.2	Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	
ИОПК-2.3	Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК
ИОПК-3.1	Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-3.2	Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-3.3	Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(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
ИОПК-4.1	Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-4.2	Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-4.3	Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	-
Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(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
ИОПК-5.1	Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-5.2	Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-5.3	Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	

Индекс	Содержание	Тип
Б3.01(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
ИОПК-6.1	Владеет современными интернет- технологиями PR-деятельности.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человеков" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ИОПК-6.2	Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data).	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человеков" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ИОПК-6.3	Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.	-
Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человеков" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК
ИОПК-7.1	Умеет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук.	-
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	

Индекс	Содержание	Тип
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-7.2	Владеет технологиями личного брендинга.	-
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИОПК-7.3	Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.	-
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-1	Способен осуществлять научно-исследовательские мероприятия в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью	-
ИПК-1.1	Имеет опыт проведения исследований академического и проектного типов в коммуникационной сфере (в т.ч. в целях рецензирования и экспертизы научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП)	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-1.2	Использует основные концепции и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы рекламы и связей с общественностью (в т.ч. для разработки научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП).	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-1.3	Представляет результаты научных и научно-практических исследований в on- и off-line форматах, в т.ч. и в процессе публичных выступлений (в т.ч. в процессе преподавания).	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.03(П)	Педагогическая практика	
Б2.О.02.04(Н)	Научно-исследовательская практика	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-2	Способен к разработке коммуникационной стратегии	-
ИПК-2.1	Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-2.2	Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-2.3	Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).	-
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.02.01(Н)	Научно-исследовательская работа	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-3	Способен к организации, продвижению и брендированию коммуникационных ресурсов	-
ИПК-3.1	Организует маркетинговые исследования on- offline в области коммуникаций.	-
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-3.2	Разрабатывает стратегии продвижения коммуникационных ресурсов при помощи интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом оценки эффективности результатов продвижения.	-
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-3.3	Организует мероприятия, способствующие формированию и продвижению бренда (в т.ч. в целях реализации продукции СМИ, увеличения продаж).	-
Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента	
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	
Б1.В.ДВ.06.02	Социология медиа	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-4	Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. В2В и В2С	-
ИПК-4.1	Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).	-
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	

Индекс	Содержание	Тип
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	
ИПК-4.2	Умеет планировать, организовывать и проводить специальные события, реализуемые онлайн и оффлайн.	-
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	
ИПК-4.3	Организует процессы формирования, модернизации и продвижения коммуникации бренда во внутренней и внешней среде (как в рамках деятельности подразделения, так и при реализации авторских проектов).	-
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	
Б1.В.ДВ.02.02	Основы эффективного делового общения	
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	
Б1.В.ДВ.05.02	Управление каналами продаж	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	

Индекс	Содержание	Тип
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	
ПК-5	Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке)	-
ИПК-5.1	Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.	-
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человекoв" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ИПК-5.2	Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.	-
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человекoв" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ИПК-5.3	Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в том числе на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.	-
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	
Б1.В.ДВ.01.02	Маркетинг	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.01	"Ловцы человекoв" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	
ПК-6	Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций	-

Индекс	Содержание	Тип
ИПК-6.1	Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	-
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б2.О.02.05(Пд)	Преддипломная практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-6.2	Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в том числе планирует хозяйственную деятельность)	-
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ИПК-6.3	Владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.	-
Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью	
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	
Б1.В.ДВ.03.02	Цифровой маркетинг и социальные сети	
Б2.О.01	Учебная практика	
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	
Б2.О.02	Производственная практика	
Б2.О.02.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры '42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2022 ОЗО .plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2022

		Итого						Курс 1			Курс 2			Курс 3			
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	
					Мин.	Макс.	Факт										
	Итого (с факультативами)				100	259	124	64	32	32	42	15	27	18	18		
	Итого по ОП (без факультативов)				96	249	120	60	30	30	42	15	27	18	18		
B1	Дисциплины (модули)	48%	52%	51.6%	60	120	60	54	27	27	6	6					
B1.O	Обязательная часть				29	58	29	29	15	14							
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				31	62	31	25	12	13	6	6					
B2	Практика	100%	0%	0%	30	120	54	6	3	3	36	9	27	12	12		
B2.O	Обязательная часть				30	54	54	6	3	3	36	9	27	12	12		
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений																
B3	Государственная итоговая аттестация				6	9	6							6	6		
ФТД	Факультативные дисциплины				4	10	4	4	2	2							
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					44.2	-	59.8	58.5	-	12.2		-			
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					50.4	-	54	49.9	-	43.2		-			
		в период гос. экзаменов						-			-			-			
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					6.3	-	6	10.8	-	1.8		-			
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					329.9	-	115.15	184.75	-	30		-			
		Блок Б2					36	-	4	4	-	4	16	-	8		
		Блок Б3					4	-			-			-	4		
		Блок ФТД					17.3	-	8.65	8.65	-			-			
		Итого по всем блокам					387.2	-	127.8	197.4	-	34	16	-	12		
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						8	5	3	1	1					
		ЗАЧЕТ (За)						14	6	8	4	2	2				
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)									3	1	2	2	2		
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					21.9%										
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						69.2%										
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						15.27%										