

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»



Образовательная программа утверждена
решением ученого совета

Протокол № 44 от 16.02.2024 г.

Первый проректор

С.В. Нотова

Образовательная программа высшего образования
(краткое описание)

Уровень высшего образования

МАГИСТРАТУРА

Направление подготовки

38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ

Направленность (профиль)

Персональный маркетинг и публичные коммуникации

Квалификация

Магистр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2022

Образовательная программа высшего образования разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952.

РАЗРАБОТЧИКИ ОП ВО:

от университета:

Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела,
д-р экон. наук, доцент

О.М. Калиева



Доцент кафедры маркетинга и торгового дела,
канд. экон. наук, доцент

Н.В. Лужнова



от работодателей:

Вице-президент НМКК «Оренбургский
областной фонд поддержки малого
предпринимательства», канд. экон. наук

Л.В. Секерин



Генеральный директор ООО «Прима Ойл»

Е.И. Супрун



ОП ВО СОГЛАСОВАНА:

Начальник учебно-методического
управления

А.В. Зайцев



Общая характеристика образовательной программы

Направление подготовки - 38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ.

Направленность (профиль) - «Персональный маркетинг и публичные коммуникации».

Квалификация, присваиваемая выпускникам - магистр.

Области и сферы профессиональной деятельности:

01 Образование и наука (в сфере научных исследований);

08 Финансы и экономика (в сфере внутреннего и внешнего финансового контроля и аудита; в сфере финансового консультирования; в сфере управления рисками; в сфере организации закупок);

40 Сквозные виды профессиональной деятельности в промышленности (в сфере стратегического и тактического планирования и организации производства);

В сфере исследований, анализа и прогнозирования социально-экономических процессов и явлений на микро- и макроуровнях в экспертно-аналитических организациях (центрах экономического анализа, центрах социологических исследований, консалтинговых компаниях) и службах (организаций частного и государственного сектора, общественных организаций, органов государственной и муниципальной власти); в сфере производства продукции и услуг, включая анализ спроса на продукцию и услуги, оценку их текущего и перспективного предложения, продвижение и продажи продукции и услуг на российском и (или) международном рынках, контроль качества, организацию логистических цепей, планирование и обслуживание финансовых потоков, связанных с производственной деятельностью; в сфере исследований и разработок в части организации проектной деятельности, исследования рынка, анализа экономической состоятельности инновационных проектов, стратегического и тактического планирования организации и реализации процессов внедрения инноваций в организации; в сфере консалтинга, включая анализ и прогнозирование развития организации, разработку мер по совершенствованию управления организацией, решение иных вопросов стратегического и тактического характера; в сфере стратегического, тактического и оперативного управления и планирования деятельности организации, в том числе финансового, управления проектами и развитием организации.

Объекты профессиональной деятельности:

- предприятия, коммерческие организации различных организационно-правовых форм отраслей народного хозяйства;
- некоммерческие организации и объединения, требующие профессиональных знаний в области маркетинговой деятельности и публичных коммуникаций;
- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы;
- личный или профессиональный бренд.

Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники:

- информационно-аналитический;
- научно-исследовательский.

Выпускник, освоивший образовательную программу, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

Информационно-аналитическая деятельность:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;
- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;
- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности.

Научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;

- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций.

Планируемые результаты освоения образовательной программы:

Выпускник, освоивший программу магистратуры, должен обладать следующими компетенциями:

Код	Наименование
универсальными компетенциями (УК):	
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
	УК-1-В-1 Знает процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения
	УК-1-В-2 Умеет принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий
	УК-1-В-3 Владеет методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
	УК-2-В-1 Знает методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта
	УК-2-В-2 Умеет разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ
	УК-2-В-3 Владеет навыками: разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
	УК-3-В-1 Знает методики формирования команд; методы эффективного руководства коллективами
	УК-3-В-2 Умеет разрабатывать командную стратегию; организовывать работу коллективов; управлять коллективом; разрабатывать мероприятия по личностному, образовательному и профессиональному росту
	УК-3-В-3 Владеет методами организации и управления коллективом, планированием его действий
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
	УК-4-В-1 Знает современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4-В-2 Умеет применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения
	УК-4-В-3 Владеет методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
	УК-5-В-1 Знает сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь
	УК-5-В-2 Умеет поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и имеет навыки общения в мире культурного многообразия
	УК-5-В-3 Владеет способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения

Код	Наименование
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
	УК-6-В-1 Знает основные принципы профессионального и личностного развития, исходя из этапов карьерного роста и требований рынка труда; способы совершенствования своей деятельности на основе самооценки
	УК-6-В-2 Умеет решать задачи собственного профессионального и личностного развития, включая задачи изменения карьерной траектории; расставлять приоритеты
	УК-6-В-3 Владеет способами управления своей познавательной деятельностью и ее совершенствования на основе самооценки и принципов образования в течение всей жизни
общепрофессиональными компетенциями (ОПК):	
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления
	ОПК-1-В-1 Знает теоретические и методологические основы современных массовых коммуникаций для совершенствования собственной профессиональной деятельности
	ОПК-1-В-2 Умеет решать профессиональные задачи на основе знания современных подходов к теории публичной политики
	ОПК-1-В-3 Владеет навыками применения инновационных методов управления проектами для решения профессиональных задач
ОПК-2	Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач
	ОПК-2-В-1 Знает техники и методики поиска, анализа и оценки научной и иной профессионально значимой информации
	ОПК-2-В-2 Умеет использовать современные, в том числе цифровые, интеллектуальные информационно-аналитические системы с целью обработки и анализа данных
	ОПК-2-В-3 Владеет продвинутыми методами обработки и анализа информации для решения управленческих и исследовательских задач
ОПК-3	Способен самостоятельно принимать обоснованные организационно-управленческие решения, оценивать их операционную и организационную эффективность, социальную значимость, обеспечивать их реализацию в условиях сложной (в том числе кросс-культурной) и динамичной среды
	ОПК-3-В-1 Знает основные методы принятия организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды
	ОПК-3-В-2 Умеет обосновывать, разрабатывать и реализовывать организационно-управленческие решения; проводить оценку организационных и социальных последствий принятых решений
	ОПК-3-В-3 Владеет навыками принятия организационно-управленческих решений с учетом особенностей развития массовых коммуникаций
ОПК-4	Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций
	ОПК-4-В-1 Знает современные клиентоориентированные практики и технологии управления для развития проектной и процессной деятельности в организации
	ОПК-4-В-2 Умеет руководить проектной и процессной деятельностью организации на основе лидерских и коммуникативных навыков
	ОПК-4-В-3 Владеет клиентоориентированными навыками выявления и оценки новых рыночных возможностей

Код	Наименование
ОПК-5	Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты
	ОПК-5-В-1 Знает теоретические основы выполнения научно-исследовательских проектов
	ОПК-5-В-2 Умеет обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте, персональном маркетинге и публичных коммуникациях
	ОПК-5-В-3 Владеет навыками применения методов выполнения научно-исследовательских проектов и оценивания научных исследований в менеджменте, персональном маркетинге и публичных коммуникациях
профессиональными компетенциями (ПК):	
ПК*-1	Способен использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления публичными коммуникациями
	ПК*-1-В-1 Знает количественные и качественные методы проведения научных исследований в области персонального маркетинга и публичных коммуникаций
	ПК*-1-В-2 Умеет оценивать современные тенденции в развитии персонального маркетинга и социологии публичных коммуникаций
	ПК*-1-В-3 Владеет навыками применения системы маркетинговых метрик имиджа личности и позиционирования региона
ПК*-2	Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга
	ПК*-2-В-1 Знает методы управления жизненным циклом публичных услуг
	ПК*-2-В-2 Умеет разрабатывать, внедрять и совершенствовать правовые основы и цифровую культуру публичных коммуникаций
	ПК*-2-В-3 Владеет методами разработки, внедрения и совершенствования системы публичных коммуникаций, в том числе в цифровой среде
ПК*-3	Способен управлять маркетинговой деятельностью организации
	ПК*-3-В-1 Знает содержание и особенности реализации концепции бренд-менеджмента, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
	ПК*-3-В-2 Умеет руководить процессом публичных коммуникаций, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
	ПК*-3-В-3 Владеет навыками управления медиаканалами и рекламной деятельностью на предприятии
ПК*-4	Способен управлять персональным брендом личности
	ПК*-4-В-1 Знает методы формирования личной и профессиональной уникальности
	ПК*-4-В-2 Умеет управлять эмоциональным интеллектом и персональными компетенциями
	ПК*-4-В-3 Владеет методами разработки стратегии продвижения персонального бренда
ПК*-5	Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы
	ПК*-5-В-1 Знает актуальные научные проблемы в сфере персонального маркетинга и публичных коммуникаций
	ПК*-5-В-2 Умеет проводить научно-практические исследования и аналитическую работу в сфере персонального маркетинга и публичных коммуникаций
	ПК*-5-В-3 Владеет навыками критической оценки результатов научных исследований в рамках современной концепции персонального маркетинга и публичных коммуникаций
ПК*-6	Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада
	ПК*-6-В-1 Знает принципы написания и современные требования отечественных и зарубежных академических изданий к научному отчету, статье или докладу
	ПК*-6-В-2 Умеет проводить дискуссии по актуальным научно-практическим вопросам

Код	Наименование
	персонального маркетинга и публичных коммуникаций
	ПК*-6-В-3 Владеет навыками подготовки качественных презентаций результатов научно-практических исследований

Профессиональные компетенции сформированы на основе профессионального стандарта, соответствующего профессиональной деятельности выпускников (Профессиональный стандарт «Маркетолог», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 июня 2018 г. № 366н) и анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли, в которой востребованы выпускники, иных источников.

Форма обучения – заочная.

Срок получения образования по программе в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 2 года.

Срок получения образования по программе в заочной форме обучения составляет 2 года 4 мес.

Объем образовательной программы - 120 зачетных единиц.

Обучение ведется на русском языке.

Сведения о профессорско-преподавательском составе, необходимом для реализации образовательной программы.

Реализация программы магистратуры обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы магистратуры на условиях гражданско-правового договора.

не менее 70 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

не менее 5 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы магистратуры, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы магистратуры на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

не менее 60 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

Особенности реализации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Образовательный процесс для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Университет создает необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

– альтернативная версия официального сайта университета в сети «Интернет» для слабовидящих;

- специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации; обеспечение специальными учебниками и учебными пособиями и др.);
- пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;
- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- электронная информационно-образовательная среда, включающая электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

Содержание образования и условия организации обучения для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости) – на основе адаптированной образовательной программы, разрабатываемой с учетом локальных нормативных актов:

- Положения об адаптированной образовательной программе высшего образования;
- Положения об организации образовательного процесса для обучающихся-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Выбор мест прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц ограниченными возможностями здоровья и при условии выполнения требований доступности социальной среды. Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

Внутренняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе регулируется Положением о внутренней системе оценки качества образования.

Внутренняя система оценки качества образования осуществляется посредством: опроса и анкетирования заинтересованных сторон; внутреннего тестирования и т.п. (<http://sko.osu.ru/audit>)

При проведении внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе Университет привлекает как педагогических работников Университета, так и работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по образовательной программе обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по образовательной программе требованиям ФГОС ВО.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по образовательной программе может осуществляться в рамках мероприятий по независимой оценке качества высшего образования, проводимых Федеральной службой по надзору в сфере образования и науки.

**Матрица соответствия планируемых результатов освоения образовательной программы и составных частей ОП ВО
38.04.02 Менеджмент Персональный маркетинг и публичные коммуникации**

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Универсальные компетенции					
			УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6
Блок Б1.Д	Обязательная часть							
	Методология научных исследований	1	+					
	Теория и практика управления проектами	1		+	+			
	Деловой иностранный язык	1				+		
	Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности	1				+	+	+
	Современные теории публичной политики	1						
	Массовые коммуникации в формировании публичной политики	1						
	Клиентоориентированные коммуникации и технологии	1						
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Концепция персонального маркетинга	2						
	Позиционирование региона	4						
	Прикладные маркетинговые исследования	3						
	Социология публичной политики	2						
	Разработка стратегии использования продвижения персонального бренда	3						
	Правовые основы публичных коммуникаций	2						
	Система маркетинговых метрик	2						
	Социальный маркетинг	4						

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Универсальные компетенции					
			УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6
	Управление жизненным циклом публичных услуг	3						
	Бренд-менеджмент	3						
	Политические интернет-коммуникации	3						
	Цифровая культура: технологии безопасности	3						
	Основы эмоционального интеллекта	4						
	Формирование личной (профессиональной) уникальности	4						
	Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний	3						
	Управление рекламной деятельностью на предприятии	3						
Блок Б2.П	Обязательная часть							
	Ознакомительная практика	2	+					
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Научно-исследовательская работа	3	+					+
	Практика по профилю профессиональной деятельности	4, 5						

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Общепрофессиональные компетенции				
			ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5
Блок Б1.Д	Обязательная часть						
	Методология научных исследований	1					
	Теория и практика управления проектами	1					
	Деловой иностранный язык	1					
	Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности	1					

Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Общепрофессиональные компетенции				
		ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5
Современные теории публичной политики	1		+			+
Массовые коммуникации в формировании публичной политики	1	+				
Клиентоориентированные коммуникации и технологии	1			+	+	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						
Концепция персонального маркетинга	2					
Позиционирование региона	4					
Прикладные маркетинговые исследования	3					
Социология публичной политики	2					
Разработка стратегии использования продвижения персонального бренда	3					
Правовые основы публичных коммуникаций	2					
Система маркетинговых метрик	2					
Социальный маркетинг	4					
Управление жизненным циклом публичных услуг	3					
Бренд-менеджмент	3					
Политические интернет-коммуникации	3					
Цифровая культура: технологии безопасности	3					
Основы эмоционального интеллекта	4					
Формирование личной (профессиональной) уникальности	4					
Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний	3					

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Общепрофессиональные компетенции				
			ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5
Блок Б2.П	Управление рекламной деятельностью на предприятии	3					
	Обязательная часть						
	Ознакомительная практика	2	+				+
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						
	Научно-исследовательская работа	3					
	Практика по профилю профессиональной деятельности	4, 5					

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Профессиональные компетенции					
			ПК*-1	ПК*-2	ПК*-3	ПК*-4	ПК*-5	ПК*-6
Блок Б1.Д	Обязательная часть							
	Методология научных исследований	1						
	Теория и практика управления проектами	1						
	Деловой иностранный язык	1						
	Деловая коммуникация в научной и профессиональной деятельности	1						
	Современные теории публичной политики	1						
	Массовые коммуникации в формировании публичной политики	1						
	Клиентоориентированные коммуникации и технологии	1						
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Концепция персонального маркетинга	2	+			+	+	
	Позиционирование региона	4	+				+	
	Прикладные маркетинговые исследования	3	+				+	+

	Наименование дисциплин (модулей) в соответствии с учебным планом	Семестры	Профессиональные компетенции					
			ПК*-1	ПК*-2	ПК*-3	ПК*-4	ПК*-5	ПК*-6
	Социология публичной политики	2	+	+			+	
	Разработка стратегии использования продвижения персонального бренда	3			+	+		
	Правовые основы публичных коммуникаций	2		+				+
	Система маркетинговых метрик	2	+	+			+	
	Социальный маркетинг	4					+	+
	Управление жизненным циклом публичных услуг	3		+	+			
	Бренд-менеджмент	3			+			+
	Политические интернет-коммуникации	3		+	+			
	Цифровая культура: технологии безопасности	3		+	+			
	Основы эмоционального интеллекта	4				+		+
	Формирование личной (профессиональной) уникальности	4				+		+
	Управление медиаканалами и разработка рекламных кампаний	3			+			+
	Управление рекламной деятельностью на предприятии	3			+			
Блок Б2.П	Обязательная часть							
	Ознакомительная практика	2						
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
	Научно-исследовательская работа	3	+				+	+
	Практика по профилю профессиональной деятельности	4, 5	+	+	+	+	+	+