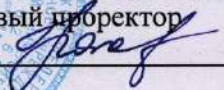


Минобрнауки России

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**  
**Очно-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:*

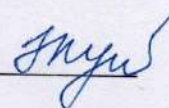
Зав. кафедрой маркетинга и торгового дела,  
д-р экон. наук, доцент

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  |
|---|---|
| <b>универсальными компетенциями (УК):</b> |   |
| <b>УК-1</b>                               | <b>Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий</b>   |
|   | 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 |
| <b>УК-2</b>                               | <b>Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла</b>  |
|   | 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  |
| <b>УК-3</b>                               | <b>Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</b>   |
|   | 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  |
| <b>УК-4</b>                               | <b>Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</b>   |
|   | 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  |
| <b>УК-5</b>                               | <b>Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия</b>   |
|   | 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   |
|---|--|
| <b>УК-6</b>                                       | <b>Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</b>   |
|   | 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  |
| <b>общепрофессиональными компетенциями (ОПК):</b> |  |
| <b>ОПК-1</b>                                      | <b>Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления</b>  |
|   | 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  |
| <b>ОПК-2</b>                                      | <b>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</b>  |
|   | 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  |
| <b>ОПК-3</b>                                      | <b>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</b>   |
|   | 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   |
| <b>ОПК-4</b>                                      | <b>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</b> |
|   | 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  |
|--|---|
| <b>ОПК-5</b>                                 | <b>Способен обобщать и критически оценивать научные исследования в менеджменте и смежных областях, выполнять научно-исследовательские проекты</b>   |
|  | 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 |
| <b>профессиональными компетенциями (ПК):</b> |   |
| <b>ПК*-1</b>                                 | <b>Способен использовать количественные и качественные методы для проведения научных исследований и управления публичными коммуникациями</b>  |
|  | 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   |
| <b>ПК*-2</b>                                 | <b>Способен разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы с использованием инструментов комплекса маркетинга</b>  |
|  | 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   |
| <b>ПК*-3</b>                                 | <b>Способен управлять маркетинговой деятельностью организации</b>   |
|  | 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  |
| <b>ПК*-4</b>                                 | <b>Способен управлять персональным брендом личности</b>   |
|  | 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  |
| <b>ПК*-5</b>                                 | <b>Способен обобщать и критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы</b>                     |
|  | 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                               |
| <b>ПК*-6</b>                                 | <b>Способен представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада</b>  |
|  | ПК*-6-В-1 Знает принципы написания и современные требования отечественных и зарубежных академических изданий к научному отчету, статье или докладу  |

| Код | Наименование   |
|-----|--|
|     | ПК*-6-В-2 Умеет проводить дискуссии по актуальным научно-практическим вопросам 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 – очно-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 очно-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 |
|           | 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 | 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     | +                            | +     | +     | +     | +     | +     |