

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Национальный исследовательский Томский государственный университет

План одобрен Ученым советом факультета психологии
Протокол № 3 от 25.04.2024г

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

Луков Е.В.

27 мая 2024г.

42.04.01

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Цифровой бренд-менеджмент

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

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024

Форма обучения: Очная

Образовательный стандарт (СУОС) 646/ОД от 05.07.2021

Срок получения образования: 2 г.

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

организационно-управленческий
проектно-аналитический
научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Начальник Учебного управления

/ Игнатьева М.А./

Начальник отдела сопровождения образовательных программ

/ Цой Г.А./

Декан факультета психологии

/ Баланев Д.Ю./

Руководитель ОПОП

/ Спичева Д.И./

План 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

-	-	-	-	Формы пром. атт.			з.е.	Итого акад. часов											Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
				Экзамен	Зачет	Зачет с оц.		Факт	По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТТ	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.
Блок 1. Дисциплины (модули)							60	2160	701.6	628	176	452		34.9		1173.1	38.7	285.3	40	26	28	6		
Обязательная часть							30	1080	361.65	330	72	258		18.75		623.25	12.9	95.1	18	14	16			
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие		222		9	324	101.55	96	4	92		5.55		222.45					9			
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой		2		3	108	17.05	16		16		1.05		90.95					3		137	Факультет психологии
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language		2		3	108	54.85	52		52		2.85		53.15					3		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие		2		3	108	29.65	28	4	24		1.65		78.35					3		108	каф. романо-германской филологии
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.02	Философские и художественные проекции Общества-Сети	1			3	108	33.7	28	8	20		1.4		42.6	4.3	31.7	2	3			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.03	Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге		1		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2	2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	2			3	108	35.8	30	4	26		1.5		40.5	4.3	31.7	2		3		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.05	Основы цифрового бренд-менеджмента		1		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2	2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты цифрового бренд-менеджмента		2		2	72	25.45	24	10	14		1.45		46.55			2		2		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет		2		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2		2		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.08	Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве		1		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2	2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	1			3	108	37.9	32	10	22		1.6		38.4	4.3	31.7	2	3			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.10	Основы профессиональной деятельности		1		2	72	25.45	24	4	20		1.45		46.55			2	2			142	каф. социальных коммуникаций
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							30	1080	339.95	298	104	194		16.15		549.85	25.8	190.2	22	12	12	6		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.01	Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере		2		2	72	25.45	24	6	18		1.45		46.55			2		2		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.02	Мифодизайн в цифровом бренд-менеджменте	2			3	108	31.6	26	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	2		3		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.03	Межкультурная сетевая коммуникация	1			3	108	31.6	26	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	2	3			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа		1		2	72	19.15	18	6	12		1.15		52.85			2	2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.05	Цифровой брендинг территорий			3	3	108	25.45	24	8	16		1.45		82.55			2		3		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	1			4	144	58.9	52	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	2	4				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.01.01	Интернет-маркетинг: инструменты продвижения	1			4	144	58.9	52	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	2	4			142	каф. социальных коммуникаций
@	-	Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	1			4	144	58.9	52	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	2	4			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	1			3	108	29.5	24	8	16		1.2		46.8	4.3	31.7	2	3				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	1			3	108	29.5	24	8	16		1.2		46.8	4.3	31.7	2	3			168	Институт экономики и менеджмента
@	-	Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	1			3	108	29.5	24	8	16		1.2		46.8	4.3	31.7	2	3			168	Институт экономики и менеджмента
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)		2		2	72	27.55	26	10	16		1.55		44.45			2	2				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.03.01	Цифровой дизайн в брендинге		2		2	72	27.55	26	10	16		1.55		44.45			2		2		142	каф. социальных коммуникаций
@	-	Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории		2		2	72	27.55	26	10	16		1.55		44.45			2		2		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	2			3	108	35.8	30	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	2	3				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе	2			3	108	35.8	30	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	2	3			142	каф. социальных коммуникаций

План 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

-	-	-	-	Формы пром. атт.		з.е.	Итого акад. часов												Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра			
				Экза мен	Зачет		Зачет с оц.	Факт	По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТТ	Конт роль	Пр. подгот	Семест	Семест	Семест	Семест	Код	Наименование
																					з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
<input type="checkbox"/>	-	Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	2			3	108	35.8	30	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	2		3		142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	3			3	108	33.7	28	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	2			3				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.05.01	Аудит инфополя и технологии конкурентной разведки в Интернет	3			3	108	33.7	28	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	2			3	142	каф. социальных коммуникаций		
@	-	Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	3			3	108	33.7	28	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	2			3	142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)		2		2	72	21.25	20	8	12		1.25		50.75			2		2					
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.ДВ.06.01	Большие данные в бренд-менеджменте: технологии, методы и инструменты		2		2	72	21.25	20	8	12		1.25		50.75			2		2		142	каф. социальных коммуникаций		
@	-	Б1.В.ДВ.06.02	Организационная диагностика		2		2	72	21.25	20	8	12		1.25		50.75			2		2		142	каф. социальных коммуникаций		
Блок 2.Практика							54	1944	32						32	1912			1804	3	3	24	24			
Обязательная часть							54	1944	32						32	1912			1804	3	3	24	24			
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.01	Учебная практика		13		6	216	8						8	208			208	3		3				
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика		1		3	108	4					4	104				104	3			142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика		3		3	108	4					4	104				104		3		142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08	Производственная практика		23	3344	48	1728	24						24	1704			1596		3	21	24			
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа		2	3	12	432	8					8	424				424		3	9	142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика			3	9	324	4					4	320				212			9	142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика		3		3	108	4					4	104				104		3		142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика			4	15	540	4					4	536				536			15	142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	Б2.О.08.05(Пд)	Преддипломная практика			4	9	324	4					4	320				320			9	142	каф. социальных коммуникаций		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							6	216	4					4	212								6			
<input type="checkbox"/>	+	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4			6	216	4					4	212							6	142	каф. социальных коммуникаций		
ФТД.Факультативные дисциплины							4	144	50.9	48	16	32		2.9		93.1			4	2		2				
<input type="checkbox"/>	+	ФТД.01	Критическое мышление		3		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2			2	142	каф. социальных коммуникаций		
<input type="checkbox"/>	+	ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы		1		2	72	25.45	24	8	16		1.45		46.55			2	2			142	каф. социальных коммуникаций		

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.	-
ИУК 1.2	Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.	-
ИУК 1.3	Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.	-
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
ИУК 2.1	Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость.	-
ИУК 2.2	Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	-
ИУК 2.3	Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.	-
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.	-
ИУК 3.2	Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения) и индивидуальных возможностей членов команды.	-
ИУК 3.3	Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.	-
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.	-
ИУК 4.2	Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на Иностранном языке.	-
ИУК 4.3	Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.	-
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.	-
ИУК 5.2	Организовывает и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.	-
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК
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.	-
ИУК 6.2	Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.	-
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

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК 1.1	Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.	-
ИОПК 1.2	Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.	-
ИОПК 1.3	Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	-
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.	-
ИОПК 2.2	Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества.	-
ИОПК 2.3	Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.	-
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.	-
ИОПК 3.2	Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.	-
ИОПК 3.3	Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	-
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.	-
ИОПК 4.2	Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик.	-
ИОПК 4.3	Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	-
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.	-
ИОПК 5.2	Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью.	-
ИОПК 5.3	Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	-
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.	-

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК 6.2	Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data).	-
ИОПК 6.3	Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.	-
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.	-
ИОПК 7.2	Владеет технологиями личного брендинга.	-
ИОПК 7.3	Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.	-
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)	-
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).	-
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).	-
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).	-
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).	-
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).	-
ПК-3	Способен к организации, продвижению и брендированию коммуникационных ресурсов	-
ИПК 3.1	Организует маркетинговые исследования on- offline в области коммуникаций.	-
ИПК 3.2	Разрабатывает стратегии продвижения коммуникационных ресурсов при помощи интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом оценки эффективности результатов продвижения.	-
ИПК 3.3	Организует мероприятия, способствующие формированию и продвижению бренда (в т.ч. в целях реализации продукции СМИ, увеличения продаж).	-
ПК-4	Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. B2B и B2C	-
ИПК 4.1	Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).	-
ИПК 4.2	Умеет планировать, организовывать и проводить специальные события, реализуемые онлайн и оффлайн.	-

Индекс	Содержание	Тип
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).	-
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.	-
ИПК 5.2	Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.	-
ИПК 5.3	Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.	-
ПК-6	Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций	-
ИПК 6.1	Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	-
ИПК 6.2	Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность)	-
ИПК 6.3	Владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.	-

Распределение компетенций 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИУК 5.1; ИУК 5.2
Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3
Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3
Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие	ИУК 5.1; ИУК 5.2
Б1.О.02	Философские и художественные проекции Общества-Сети	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3
Б1.О.03	Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3
Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3
Б1.О.05	Основы цифрового бренд-менеджмента	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты цифрового бренд-менеджмента	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.О.08	Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.2; ИОПК 7.1; ИОПК 7.3; ИПК 2.1
Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.О.10	Основы профессиональной деятельности	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; 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
Б1.В.01	Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.3; ИПК 4.1; ИПК 5.1; ИПК 5.2
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.ДВ.01.01	Интернет-маркетинг: инструменты продвижения	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.02	Мифодизайн в цифровом бренд-менеджменте	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 2.3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.03	Межкультурная сетевая коммуникация	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 4.1
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 6.1
Б1.В.ДВ.03.01	Цифровой дизайн в брендинге	ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 6.1
Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории	ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 6.1

Распределение компетенций 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 6.2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.05	Цифровой брендинг территорий	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	ИУК 5.1; ИОПК 3.1; ИОПК 4.1; ИОПК 6.2; ИОПК 7.1; ИПК 1.1; ИПК 2.1; ИПК 3.1
Б1.В.ДВ.05.01	Аудит инфополя и технологии конкурентной разведки в Интернет	ИУК 5.1; ИОПК 3.1; ИОПК 4.1; ИОПК 6.2; ИОПК 7.1; ИПК 1.1; ИПК 2.1; ИПК 3.1
Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	ИУК 5.1; ИОПК 3.1; ИОПК 4.1; ИОПК 6.2; ИОПК 7.1; ИПК 1.1; ИПК 2.1; ИПК 3.1
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 6.2; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 3.1
Б1.В.ДВ.06.01	Большие данные в бренд-менеджменте: технологии, методы и инструменты	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 6.2; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 3.1
Б1.В.ДВ.06.02	Организационная диагностика	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 6.2; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 3.1
Б2	Практика	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
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б2.О.01	Учебная практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.О.08	Производственная практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3
Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3
Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3
Б2.О.08.05(Пд)	Преддипломная практика	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	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

Распределение компетенций 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
ФТД	Факультативные дисциплины	ОПК-2; ОПК-6; ПК-4; ПК-5
ФТД.01	Критическое мышление	ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3

№	Индекс	Наименование	Семестр 1											Семестр 2											Контроль						
			Контроль	Академических часов										з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов										з.е.	Неделя	Контроль		
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТ	Контр ол				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР		КРАТ				Контр ол	
ИТОГО (с факультативами)				1116											31	20 3/6		1116											31	20 1/6	
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1044											29				1116												31
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			49.9														56.3													
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54														49.9													
	Аудиторная нагрузка			18.2														18.8													
	Контактная работа			19.2														19.9													
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				936	312.55	86	190		15.05		464.95	21.5	158.5	26	ТО: 15 1/6 Э: 3 1/3		1008	329.9	70	230		17		583	12.9	95.1	28	ТО: 16 Э: 2 1/6			
1	Б1.0.01	Общевуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие														За(3)	324	101.55	4	92		5.55		22.4			9		За(3)		
2	Б1.0.01.01	Лидерство и руководство командной работой														За	108	17.05		16		1.05		90.95			3		За		
3	Б1.0.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language														За	108	54.85		52		2.85		53.15			3		За		
4	Б1.0.01.03	Межкультурное взаимодействие														За	108	29.65	4	24		1.65		78.35			3		За		
5	Б1.0.02	Философии и художественные проекции Общества-Сети	Эк	108	33.7	8	20		1.4		42.6	4.3	31.7	3															Эк		
6	Б1.0.03	Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге	За	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2															За		
7	Б1.0.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере													Эк	108	35.8	4	26		1.5		40.5	4.3	31.7	3			Эк		
8	Б1.0.05	Основы цифрового бренд-менеджмента	За	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2															За		
9	Б1.0.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты цифрового бренд-менеджмента													За	72	25.45	10	14		1.45		46.55			2			За		
10	Б1.0.07	Событийные коммуникации брендов в интернет													За	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2			За		
11	Б1.0.08	Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве	За	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2															За		
12	Б1.0.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	Эк	108	37.9	10	22		1.6		38.4	4.3	31.7	3															Эк		
13	Б1.0.10	Основы профессиональной деятельности	За	72	25.45	4	20		1.45		46.55			2															За		
14	Б1.В.01	Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере													За	72	25.45	6	18		1.45		46.55			2			За		
15	Б1.В.ДВ.01.01	Интернет-маркетинг: инструменты продвижения	Эк	144	58.9	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	4															Эк		
16	Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	Эк	144	58.9	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	4															Эк		
17	Б1.В.02	Мифодизайн в цифровом бренд-менеджменте													Эк	108	31.6	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	3			Эк		
18	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	Эк	108	29.5	8	16		1.2		48.8	4.3	31.7	3															Эк		
19	Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	Эк	108	29.5	8	16		1.2		48.8	4.3	31.7	3															Эк		
20	Б1.В.03	Межкультурная сетевая коммуникация	Эк	108	31.6	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	3															Эк		
21	Б1.В.ДВ.03.01	Цифровой дизайн в брендинге													За	72	27.55	10	16		1.55		44.45			2			За		
22	Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории													За	72	27.55	10	16		1.55		44.45			2			За		
23	Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	За	72	19.15	6	12		1.15		52.85			2															За		
24	Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе													Эк	108	35.8	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	3			Эк		

№	Индекс	Наименование	Итого за курс											Неделя	Каф.	Семестр	
			Академических часов														з.е.
			Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТТ	Контрп ь	Всего				
ИТОГО (с факультативами)			2232											62	40 4/6		
ИТОГО по ОП (без факультативов)			2160											60			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)		53.1														
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)		52														
	Аудиторная нагрузка		18.5														
	Контактная работа		19.6														
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			1944	642.45	156	420		32.05		1047.95	34.4	253.6	54	ТО: 31 1/6 З: 5 1/2			
1	Б1.0.01	Общезнаменитый модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	324	101.55	4	92		5.55		222.45			9			2	
2	Б1.0.01.01	Лидерство и руководство командной работой	108	17.05		16		1.05		90.95			3		137	2	
3	Б1.0.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	108	54.85		52		2.85		53.15			3		142	2	
4	Б1.0.01.03	Межкультурное взаимодействие	108	29.65	4	24		1.65		78.35			3		108	2	
5	Б1.0.02	Философии и художественные проекции Общества-Сети	108	33.7	8	20		1.4		42.6	4.3	31.7	3		142	1	
6	Б1.0.03	Прикладная семиотика и цифровая антропология в брендинге	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	1	
7	Б1.0.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	108	35.8	4	26		1.5		40.5	4.3	31.7	3		142	2	
8	Б1.0.05	Основы цифрового бренд-менеджмента	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	1	
9	Б1.0.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты цифрового бренд-менеджмента	72	25.45	10	14		1.45		46.55			2		142	2	
10	Б1.0.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	2	
11	Б1.0.08	Технологии психологического воздействия в сетевом цифровом информационном пространстве	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	1	
12	Б1.0.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	108	37.9	10	22		1.6		38.4	4.3	31.7	3		142	1	
13	Б1.0.10	Основы профессиональной деятельности	72	25.45	4	20		1.45		46.55			2		142	1	
14	Б1.В.01	Языковые технологии искусственного интеллекта в профессиональной сфере	72	25.45	6	18		1.45		46.55			2		142	2	
15	Б1.В.ДВ.01.01	Интернет-маркетинг: инструменты продвижения	144	58.9	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	4		142	1	
16	Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	144	58.9	16	36		2.6		53.4	4.3	31.7	4		142	1	
17	Б1.В.02	Мифодизайн в цифровом бренд-менеджменте	108	31.6	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	3		142	2	
18	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	108	29.5	8	16		1.2		46.8	4.3	31.7	3		168	1	
19	Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	108	29.5	8	16		1.2		46.8	4.3	31.7	3		168	1	
20	Б1.В.03	Межкультурная сетевая коммуникация	108	31.6	10	16		1.3		44.7	4.3	31.7	3		142	1	
21	Б1.В.ДВ.03.01	Цифровой дизайн в брендинге	72	27.55	10	16		1.55		44.45			2		142	2	
22	Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории	72	27.55	10	16		1.55		44.45			2		142	2	
23	Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	72	19.15	6	12		1.15		52.85			2		142	1	
24	Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в цифровом сетевом обществе	108	35.8	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	3		142	2	

№	Индекс	Наименование	Семестр 1													Семестр 2																									
			Контроль	Академических часов											з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов											з.е.	Неделя	Контроль										
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАт	Контр ол	Всего				Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАт	Контр ол															
25	б1.в.дв.04.02	Социальные медиа																эк	108	35.8	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	3		эк										
26	б1.в.дв.06.01	Большие данные в бренд-менеджменте: технологии, методы и инструменты																	за	72	21.25	8	12		1.25		50.75		2		за										
27	б1.в.дв.06.02	Организационная диагностика																	за	72	21.25	8	12		1.25		50.75		2		за										
28	втд.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	за	72	25.45	8	16		1.45		46.55				2																за										
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(5) За(6)													Эк(3) За(8)																									
ПРАКТИКИ			(План)													(План)																									
	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	за	108	4				4	104				3	2				108	4					4	104			3	2											
	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа																	за	108	4				4	104			3	2	за										
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)													(План)																									
КАНИКУЛЫ																1 1/6													7 5/6												

№	Индекс	Наименование	Итого за курс											Каф.	Семестр	
			Академических часов										з.в.			Неделя
			Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРч	СР	КРАТТ	Контроль				
25	б1.в.дв.04.02	Социальные медиа	108	35.8	10	20		1.5		40.5	4.3	31.7	3		142	2
26	б1.в.дв.06.01	Большие данные в бренд-менеджменте: технологии, методы и инструменты	72	21.25	8	12		1.25		50.75			2		142	2
27	б1.в.дв.06.02	Организационная диагностика	72	21.25	8	12		1.25		50.75			2		142	2
28	втд.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	72	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	1
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк(8) За(14)													
ПРАКТИКИ			(План)													
	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика	108	4				4	104				3	2	142	1
	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	108	4				4	104				3	2	142	23
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕС			(План)													
КАНИКУЛЫ														9		

№	Индекс	Наименование	Семестр 3													Семестр 4																	
			Контроль	Академических часов											з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов											з.е.	Неделя	Контроль	Всего	
				Всего	Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТ	Контр аль	Всего				Кон такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАТ	Контр аль							
ИТОГО (с факультативами)				1152												32	20	3/6		1080										30	20		2232
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1080												30				1080								30			2160		
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			47																											23.5		
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54																												27	
	Аудиторная нагрузка			13.6																													6.8
	Контактная работа			14.4																													7.2
ДИСЦИПЛИНЫ (модули)				216	59.15	20	32		2.85		125.15	4.3	31.7	6	ТО: 3 5/6 Э: 2/3														ТО: 3:		216		
1	Б1.В.05	Цифровой брендинг территорий	ЗэО	108	25.45	8	16		1.45		82.55			3																ЗэО	108		
2	Б1.В.ДВ.05.01	Аудит инфопотока и технологии конкурентной разведки в Интернет	Эк	108	33.7	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	3																Эк	108		
3	Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	Эк	108	33.7	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	3																Эк	108		
4	ФТД.01	Критическое мышление	Зэ	72	25.45	8	16		1.45		48.55			2															Зэ	72			
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ				Эк Зэ ЗэО																													
ПРАКТИКИ			(План)		864	16				16	848			24	16		864	8				8	856			24	16			1728			
	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	Зэ	108	4				4	104			3	2															Зэ	108			
	Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	ЗэО	324	4				4	320			9	6															ЗэО	324			
	Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика	Зэ	108	4				4	104			3	2															Зэ	108			
	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ЗэО	324	4				4	320			9	6															ЗэО	324			
	Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика													ЗэО	540	4			4	536				15	10		ЗэО	540				
	Б2.О.08.05(Пц)	Преддипломная практика													ЗэО	324	4			4	320				9	6		ЗэО	324				
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОВОГАЯ АТТЕС			(План)													216	4				4	212			6	4			216				
	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы													Эк	216	4				4	212			6	4		Эк	216				
КАНИКУЛЫ														3/6											8	4/6							

№	Индекс	Наименование	Итого за курс										Каф.	Семестр			
			Академических часов												з.е.	Неделя	
			Кон- такт.	Лек	Пр	Сем	КРТО	КРи	СР	КРАт	Контр- оль	Всего					
ИТОГО (с факультативами)													62	40 3/6			
ИТОГО по ОП (без факультативов)													60				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)																
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)																
	Аудиторная нагрузка																
	Контактная работа																
ДИСЦИПЛИНЫ (модули)			59.15	20	32		2.85		125.15	4.3	31.7	6	ТО: 3 5/6 Э: 2/3				
1	Б1.В.05	Цифровой брендинг территорий	25.45	8	16		1.45		82.55			3		142	3		
2	Б1.В.ДВ.05.01	Аудит инфополы и технологии конкурентной разведки в Интернет	33.7	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	3		142	3		
3	Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	33.7	12	16		1.4		42.6	4.3	31.7	3		142	3		
4	ФТД.01	Критическое мышление	25.45	8	16		1.45		46.55			2		142	3		
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ			Эк За ЭкО														
ПРАКТИКИ			(План)	24				24	1704			48	32				
	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	4					4	104			3	2	142	3		
	Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	4					4	320			9	6	142	3		
	Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика	4					4	104			3	2	142	3		
	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	4					4	320			9	6	142	23		
	Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика	4					4	536			15	10	142	4		
	Б2.О.08.05(Ц)	Преддипломная практика	4					4	320			9	6	142	4		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОВОГАЯ АТТЕС			(План)	4				4	212			6	4				
	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4					4	212			6	4	142	4		
КАНИКУЛЫ												9 1/6					

Сводные данные 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2024

	Итого						Курс 1			Курс 2		
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
				Мин.	Макс.	Факт						
Итого (с факультативами)				100	259	124	62	31	31	62	32	30
Итого по ОП (без факультативов)				96	249	120	60	29	31	60	30	30
Дисциплины (модули)	50%	50%	56.6%	60	120	60	54	26	28	6	6	
Обязательная часть				29	58	30	30	14	16			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений				30	62	30	24	12	12	6	6	
Практика	100%	0%	0%	30	120	54	6	3	3	48	24	24
Обязательная часть				30	54	54	6	3	3	48	24	24
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Государственная итоговая аттестация				6	9	6				6		6
Факультативные дисциплины				4	10	4	2	2		2	2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					52.5	-	49.9	56.3	-	47	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					52.6	-	54	49.9	-	54	
	в период гос. экзаменов						-			-		
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					19	-	19.2	19.9	-	14.4	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					701.6	-	312.55	329.9	-	59.15	
	Блок Б2					32	-	4	4	-	16	8
	Блок Б3					4	-			-		4
	Блок ФТД					50.9	-	25.45		-	25.45	
	Итого по всем блокам					788.5	-	342	333.9	-	100.6	12
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)						8	5	3	1	1	
	ЗАЧЕТ (За)						15	6	9	2	2	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)									5	3	2
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных						28.03%					
Объем обязательной части от общего объема программы (%)							70%					
Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)							32.48%					