

Учебные предметы, курсы, дисциплины (модули), предусмотренные
образовательной программой «Реклама и связи с общественностью»
профиль «Медиаинновации»
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
2026 года приема, очно-заочная форма обучения с применением ДОТ

1. Безопасность жизнедеятельности
2. Финансовый университет: история и современность
3. Иностранный язык
4. Тренинг командообразования и групповой работы
5. Физическая культура и спорт
6. Философия
7. Политология
8. Основы права
9. Логика. Теория аргументации
10. История России
11. Менеджмент
12. Основы российской государственности
13. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR
14. Иностранный язык в профессиональной сфере
15. Введение в специальность
16. Методология и методика социологического исследования
17. Исследование рынка в сфере рекламы
18. Деятельность PR-подразделения коммерческой фирмы
19. Реклама в политике и экономике
20. Социологические методы изучения аудитории СМИ
21. Экономическая среда фирмы
22. Цифровые коммуникации
23. Теория коммуникации
24. Тренинг делового общения и публичного выступления
25. Работа пресс-службы и PR-подразделения в государственных и корпоративных структурах
26. Основы агитации и пропаганды
27. Концепции и технологии современных медиа
28. Управление творческим проектом
29. Инновационные медиапрактики
30. Внутрикorporативные коммуникации
31. История рекламы и PR
32. Нативная реклама в информационном пространстве
33. Создание аудиовизуального контента
34. Инфографика и веб-дизайн
35. Разработка и продвижение вирусного контента
36. Технологии производства рекламного и PR-контента
37. Дата-ориентированные коммуникации
38. Технологии продвижения в социальных сетях и мессенджерах (SMM)
39. Экономика СМИ
40. Правовые основы журналистской деятельности
41. Управление качеством рекламы и PR-продукта
42. Психология массовых коммуникаций
43. Маркетинговые проекты с лидерами мнений
44. Психология рекламной деятельности
45. Реклама в современном мегаполисе
46. Политическая реклама

- 47. Социальная реклама
- 48. Социальные сети и гражданская журналистика
- 49. Фактчекинг и борьба с фейковыми новостями
- 50. Практика журналистских расследований