

УТВЕРЖДАЮ

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

Ректор Б.А. Жигалев

«25» мая 2018 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Номер внутривузовской регистрации: протокол Ученого совета № 13 от 25.05.18

по направлению подготовки

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года
Форма обучения - очная

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

I. Календарный учебный график

Курс	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август
	4 нед.	4 нед.	5 нед.	4 нед.	5 нед.	4 нед.	4 нед.	4 нед.	5 нед.	4 нед.	4 нед.	5 нед.
I					*							
II					*							
III					*							
IV					*							

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Практики			Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
						Учебная	Производственная	Производственная (преддипломная)			
Э	Экзаменационная сессия	I	34	2	4	2				10	52
У	Учебная практика	II	32	2	4	4				10	52
П	Производственная практика	III	30	2	4		6			10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	19	2	3		10	2	6	10	52
К	Каникулы										
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	115	8	15	6	16	2	6	40	208

* - неделя равна сумме праздничных дней в семестре
4/2: 4 – теоретическое обучение, 2 – экзаменационная сессия

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
18.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	x	x	x		x	3				x						x
19.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x						x
20.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	5						x				x
21.	Основы рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	1		x								x
22.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2		x	x							x
23.	Социология массовых коммуникаций	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x
24.	Психология массовых коммуникаций	3	108	x	x	x	x	x		4				x					x
25.	Теория и практика массовой информации	8	288	x	x	x	x	x	6						x	x			x
26.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	x	x	x	x	x	4				x	x					x
27.	Основы менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	3				x						x
28.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x			x
29.	Основы маркетинга	4	144	x	x	x	x	x	4				x	x					x
30.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7	252	x	x	x	x	x	6						x	x			x
31.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
32.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x	x
33.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	8								x	x	x
34.	Конфликтология	2	72	x	x	x	x	x		7							x		x
35.	Практический курс иностранного языка	7	252	x			x	x	4				x	x					x
36.	Иностранный язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	7	6					x	x	x		x
Блок 1.2	Вариативная часть	37	1332	x	x	x	x	x											
	<i>Дисциплины, определяемые ОПОП вуза</i>	16	576	x	x	x	x	x											
1.	История и актуальные проблемы журналистики	2	72	x	x	x		x		4				x					x
2.	Брендинг	2	72	x	x	x	x	x		7							x		x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
18.	Основы деловой корреспонденции (на ин. яз.)	2	72	x			x	x		3			x						x
19.	Развитие навыков устного делового общения (на ин. яз.)	x	x	x			x	x		x			x						x
20.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на ин. яз.)	2	72	x			x	x		4				x					x
21.	Совершенствование навыков орфографии (на ин. яз.)	x	x	x			x	x		x				x					x
22.	Деловые переговоры (на ин. яз.)	2	72	x			x	x		5					x				x
23.	Иностранный язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x				x
24.	Основы предпринимательской деятельности	2	72	x	x			x		5					x				x
25.	Основы коммерции	x	x	x	x			x		x					x				x
26.	Консалтинг в коммерческой сфере	2	72	x	x			x		8								x	x
27.	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	x	x	x	x			x		x								x	x
28.	Общая физическая подготовка	-	328	x	-	-	x	-		2-5, 6 диф.	x	x	x	x	x	x			x
29.	Игровые виды спорта (баскетбол, волейбол, настольный теннис)	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
30.	Атлетическая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
31.	Корригирующая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
32.	Туризм	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
	ИТОГО	195	7020	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	
Блок 2	Практики	36	1296																
Блок 2.1	Вариативная часть																		
	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	9											3		6				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	21														9	12		
	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	3																3	
	Производственная практика (преддипломная)	3																3	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	324																
Блок 3.1	Базовая часть																		
	Защита выпускной квалификационной работы	6																6	
	Государственный экзамен	3																3	
	Общая трудоемкость ОПОП	240	8640									60	60	60	60				
	Факультатив																		
1.	Второй иностранный язык	7	252	x			x	x	6					x	x				
2.	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x			x	4					x					

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	Всего
Экзамен	2	5	2	4	1	5	2	3	24
Зачет	3	4	6	5	3	3	4	4	32

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
Основы коммуникационного и культурного менеджмента	III / 6	Диф. зачет
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
Теория и практика массовой информации		
Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов		

Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Курсовые работы, текущая и промежуточная аттестации рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение.

Факультатив не входит в трудоёмкость 240 зачетных единиц.

Первый проректор

Е.В. Наумова

Согласовано:

Декан факультета английского языка

А.Г. Калинина

Зав. кафедрой философии, социологии и теории социальной коммуникации

А.В. Никитин