

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки

### 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

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

*(Немецкий язык)*

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года

Форма обучения - очная

#### I. Календарный учебный график

Курсы	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													*			2/4	К							У	У	У	У						*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
II													*			4/2	Э	К							У	У					*	4/2	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III													*			2/4	К		П	П	П	П									*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
IV									П	П	П	П	*			4/2	Э	К	Д	Д	Д	Д				*	2/4	Э	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К

#### 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	32	2	4	4				10	52
У	Учебная практика	II	33	2	5	2				10	52
П	Производственная практика	III	33	2	3		4			10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	22	2	4		4	4	6	10	52
К	Каникулы										
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	120	8	16	6	8	4	6	40	208

\* - неделя равна сумме праздничных дней в семестре

4/2: 4 – теоретическое обучение, 2 – экзаменационная сессия

2/4э: 2 – теоретическое обучение, 4э – экзаменационная сессия

### Ш. План учебного процесса

Код УЦ ОПОП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Ч а с ы						Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам								Контактная работа обучающегося с преподавателем
			Трудоёмкость по ФГОС	Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		IV курс	
		Всего			Лекция	Семинар	Практическое занятие	Семестр				Семестр		Семестр		Семестр			
								1				2	3	4	5	6	7	8	
								недель				недель		недель		недель			
20	13	20	13	20	13	16	6												
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>Б1</b>	<b>Блок 1 «Дисциплины (модули)»</b>	<b>204</b>	<b>7344</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>											
<b>Б1.Б</b>	<b>Обязательная часть Блока 1</b>	<b>128</b>	<b>4608</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>											
	<i>МОДУЛИ:</i>																		
	<i>Социально-гуманитарный</i>	<i>24</i>	<i>864</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>											
1.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x					x
2.	Экономика	2	72	x	x	x		x		1	x								x
3.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				x					x
4.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x					x
5.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3				x					x
6.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x								x
7.	Конфликтология	3	108	x	x	x	x	x		3				x					x
8.	Логика	2	72	x	x		x	x		3				x					x
9.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		5					x				x
10.	Этика и эстетика	2	72	x	x	x		x		1	x								x
	<i>Историко-филологический</i>	<i>30</i>	<i>1080</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>											
11.	Русский язык и культура речи	4	144	x	x	x		x	2		x	x							x
12.	Стилистика и редактирование текстов массовой коммуникации	4	144	x	x	x		x	3					x					x
13.	Иностранный язык (немецкий)	11	396	x			x	x	2	1	x	x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
14.	Практический курс немецкого языка	7	252	x			x	x	4				x	x					x
15.	История (история России, всеобщая история)	4	144	x	x	x		x	1		x								x
	<i>Информационно-технологический</i>	6	216	x	x	x	x	x											
16.	Цифровые коммуникации	3	108	x	x	x	x	x		5					x				x
17.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	3	108	x	x		x	x		1	x								x
	<i>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</i>	2	72	x	x		x	x											
18.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		2	x	x							x
	<i>Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности</i>	3	108	x	x		x	x											
19.	Безопасность жизнедеятельности	3	108	x	x		x	x		2		x							x
	<i>Общепрофессиональная подготовка</i>	63	2268	x	x	x	x	x											
20.	Введение в коммуникационные специальности	3	108	x	x	x	x	x		1	x								x
21.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2		x	x							x
22.	Теория и практика связей с общественностью	9	324	x	x	x	x	x	3	2		x	x						x
23.	Теория и практика рекламы	9	324	x	x	x	x	x	4	2		x	x	x					x
24.	Теория и практика медиакоммуникаций	5	180	x	x	x	x	x	4				x	x					x
25.	Интегрированные коммуникации	4	144	x	x	x	x	x	4					x					x
26.	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		5					x				x
27.	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		6						x			x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
29.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x	
30.	Социология рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x	
31.	Психология рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		5					x				x	
32.	Организация и проведение коммуникационных кампаний	5	180	x	x	x	x	x	5						x				x	
33.	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		8							x	x	x	
<b>Б1.В</b>	<b>Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений</b>	<b>76</b>	<b>2736</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>												
1.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	2	72	x	x		x	x		6							x		x	
2.	Основы маркетинга	3	108	x	x	x	x	x		3			x						x	
3.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x	
4.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8									x	x	x
5.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x	x	x
6.	Основы антикризисного менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	8									x	x	x
7.	Брендинг	3	108	x	x	x	x	x		6					x	x			x	
8.	Маркетинговые исследования в коммерческой сфере	4	144	x	x	x	x	x	6								x		x	
9.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	3	108	x	x	x	x	x		7								x	x	
10.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	3	108	x	x	x	x	x		6						x	x		x	
11.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7									x	x	
12.	Иностранный (немецкий) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	7	6						x	x	x	x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	<i>Модуль элективных дисциплин</i>	<b>25</b>	<b>900</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>											
1.1.	Методы научных исследований	2	72	x	x		x	x		5					x				x
1.2.	Методология написания научных работ	x	x	x	x		x	x		x					x				x
2.1.	Брендинг территории	1	36	x	x		x	x		7							x		x
2.2.	Регионоведение	x	x	x	x		x	x		x							x		x
3.1.	Этнология	1	36	x	x		x	x		7							x		x
3.2.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x		x	x		x							x		x
4.1.	Управление персоналом	2	72	x	x		x	x		4				x					x
4.2.	Корпоративная культура	x	x	x	x		x	x		x				x					x
5.1.	Копирайтинг в оффлайн и онлайн средах	2	72	x	x		x	x		5					x				x
5.2.	Коммуникации в оффлайн и онлайн средах	x	x	x	x		x	x		x					x				x
6.1.	Профайлинг в рекламе и связях с общественностью	2	72	x	x		x	x		8								x	x
6.2.	Глубинный анализ в рекламе и связях с общественностью	x	x	x	x		x	x		x								x	x
7.1.	Имидж коммерческой организации в цифровом пространстве	2	72	x	x		x	x		7							x		x
7.2.	Репутационные кампании коммерческой организации в цифровом пространстве	x	x	x	x		x	x		x							x		x
8.1.	Консалтинг в коммерческой сфере	2	72	x	x	x	x	x		8								x	x
8.2.	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	x	x	x	x	x	x	x		x								x	x
	<i>Модуль языковой подготовки к профессиональной деятельности</i>																		
9.1.	Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на немецком языке)	3	108	x			x	x		2			x						x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
9.2.	Речевой этикет профессионального общения на немецком языке	x	x	x			x	x		x		x							x
10.1.	Формирование навыков аудирования (на немецком языке)	2	72	x			x	x		2		x							x
10.2.	Формирование навыков письменной коммуникации (на немецком языке)	x	x	x			x	x		x		x							x
11.1.	Основы деловой корреспонденции (на немецком языке)	2	72	x			x	x		3			x						x
11.2.	Развитие навыков устного делового общения (на немецком языке)	x	x	x			x	x		x			x						x
12.1.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на немецком языке)	2	72	x			x	x		4				x					x
12.2.	Совершенствование навыков орфографии (на немецком языке)	x	x	x			x	x		x				x					x
13.1.	Деловые переговоры (на немецком языке)	2	72	x			x	x		5					x				x
13.2.	Иностранный (немецкий) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x				x
	<i>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту</i>																		
14.1.	Игровые виды спорта	-	328	x	-	-	x	x		3-5, 6 диф.	x	x	x	x	x	x			x
14.2.	Легкая атлетика	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
	<b>ИТОГО</b>	<b>204</b>	<b>7344</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>			<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	
<b>Б2</b>	<b>Блок 2 «Практика»</b>	<b>27</b>	<b>972</b>																
<b>Б2.Б</b>	<b>Обязательная часть Блока 2</b>	<b>18</b>																	
	<i>Производственная практика (преддипломная практика)</i>	6																	6
	<i>Производственная практика (профессионально-творческая практика)</i>	12															6	6	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>Б2.В</b>	<b>Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений</b>	<b>9</b>																	
	<i>Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)</i>	9										6		3					
<b>Б3</b>	<b>Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»</b>	<b>9</b>	<b>324</b>																
	<i>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</i>	3																3	
	<i>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</i>	6																6	
	<b>Общая трудоемкость ОПОП</b>	<b>240</b>	<b>8640</b>									<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>60</b>				
<b>Ф</b>	<b>Факультативы</b>	<b>9</b>	<b>324</b>																
Ф.1	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	7	252																
Ф.1.1	<i>Русский язык как иностранный</i>	7	252	x			x	x		2 диф.	x	x							
Ф.1.2	<i>Второй иностранный язык</i>	7	252	x			x	x		6 диф.					x	x			
Ф.2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																
Ф.2.1	<i>Русский язык в социокультурном аспекте</i>	2	72	x			x	x		3			x						
Ф.2.2	<i>Коррупция: причины, проявление, противодействие</i>	2	72	x	x			x		4				x					

### **АТТЕСТАЦИЯ**

<b>Форма контроля</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>	<b>V</b>	<b>VI</b>	<b>VII</b>	<b>VIII</b>	<b>Всего</b>
Экзамен	1	3	2	5	1	3	2	4	<b>21</b>
Зачет	6	6	5	5	7	5	4	3	<b>41</b>

### ***КУРСОВАЯ РАБОТА***

<i>Дисциплина (на выбор)</i>	<i>Курс / семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Брендинг		
Маркетинговые исследования в коммерческой сфере		
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.

Факультативы не входят в трудоёмкость 240 зачетных единиц.