

III. План учебного процесса

Код УЦ ОПОП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Ч а с ы						Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам									Объем работы обучающихся во взаимодействии 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		Семестр		
								1				2	3	4	5	6	7	8	9	
				неделя		неделя		неделя		неделя		неделя		неделя						
				20		13		19		16		20		13		16		16		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>	<i>21</i>
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	204	7344	x	x	x	x	x												
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	128	4608	x	x	x	x	x												
	<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
2.	Экономика	2	72	x	x	x		x		1	x									x
3.	Социология	2	72	x	x	x		x		5				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	5					x						x
13.	Иностранный (английский) язык	11	396	x			x	x	2	1	x	x								x
14.	Практический курс английского 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

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
	<i>Информационно-технологический</i>	6	216	x	x	x	x	x													
16.	Цифровые коммуникации	3	108	x	x	x	x	x		9									x	x	
17.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	3	108	x	x		x	x		4				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	
	<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	
22.	Теория и практика связей с общественностью	9	324	x	x	x	x	x	3				x							x	
23.	Теория и практика рекламы	9	324	x	x	x	x	x	4				x	x						x	
24.	Теория и практика медиакommunikаций	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x				x	
25.	Интегрированные коммуникации	4	144	x	x	x	x	x	5						x					x	
26.	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		7								x		x	
27.	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		7								x		x	
28.	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x	
29.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	8										x	x	
30.	Социология рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	7								x			x	
31.	Психология рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		7								x		x	
32.	Организация и проведение коммуникационных кампаний	5	180	x	x	x	x	x	8									x	x	x	
33.	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		9										x	
Б1.В	<i>Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений</i>	76	2736	x	x	x	x	x													
1.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	2	72	x	x		x	x		5					x						x
2.	Основы маркетинга	3	108	x	x	x	x	x		4				x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
3.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6							x				x
4.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
5.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
6.	Основы антикризисного менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	9										x	x
7.	Брендинг	3	108	x	x	x	x	x		6						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		8								x		x
10.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
11.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7								x			x
12.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	x	x	x		x
	Модуль элективных дисциплин	25	900	x	x	x	x	x												
1.1.	Методы научных исследований	2	72	x	x		x	x		7							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		9									x	x
2.2.	Регионоведение	x	x	x	x		x	x		x									x	x
3.1.	Этнология	1	36	x	x		x	x		9									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		5					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		7							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		9									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		8								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 английском языке)	3	108	x				x	x		2									x	
9.2.	Речевой этикет профессионального общения на английском языке	x	x	x				x	x		x										x
10.1.	Формирование навыков аудирования (на английском языке)	2	72	x				x	x		2										x
10.2.	Формирование навыков письменной коммуникации (на английском языке)	x	x	x				x	x		x										x
11.1.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x				x	x		3										x
11.2.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x				x	x		x										x
12.1.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x				x	x		4										x
12.2.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x				x	x		x										x
13.1.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x				x	x		5										x
13.2.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	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	x			6 диф.										x
14.2.	Легкая атлетика	x	x	x	x	x	x	x			x										x
	ИТОГО	204	7344	x	x	x	x	x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Б2	Блок 2 «Практика»	27																			
Б2.Б	Обязательная часть Блока 2	18																			
	Производственная практика (преддипломная практика)	6																			6
	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	12																			6 6
Б2.В	Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений	9																			
	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	9											6		3						
Б3	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»	9	324																		

	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3																	3
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6																	6
	Объем программы бакалавриата	240	8640																
Ф	Факультативы	9	324																
Ф.1	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	7	252																
Ф.1.1.	Русский язык как иностранный	7	252	x				x	x	2 диф.	x	x							
Ф.1.2.	Второй иностранный (французский) язык	7	252	x				x	x	6 диф.				x	x				
Ф.2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																
Ф.2.1	Русский язык в социокультурном аспекте	2	72	x	x	x			x	3			x						
Ф.2.2.	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x	x			x	4				x					

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Всего
Экзамен	1	3	1	3	2	3	2	5	1	21
Зачет	5	4	4	4	7	2	5	3	5	39

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
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.