

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки
**42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**
Направленность (профиль): Реклама и связи
с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) «бакалавр»
Нормативный срок обучения –
4 года 6 месяцев
Форма обучения – очно - заочная

I. Календарный учебный график

Курсы	Сентябрь			Октябрь			Ноябрь			Декабрь			Январь			Февраль			Март			Апрель			Май			Июнь			Июль			Август							
	4 нед.			5 нед.			4 нед.			4 нед.			5 нед.			4 нед.			4 нед.			4 нед.			5 нед.			4 нед.			5 нед.										
I												*			4/ 2э	Э	К									*		4/ 2э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II												*			4/ 2э	Э	К							У	У				*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III										П	П	П	П	П	П		*			2/ 4э	К							*	4/ 2э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV										П	П	П	П	П	П		*			2/ 4э	К	Н	Н						*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
V			Д	Д																																					

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 (НИР)	Производственная (преддипломная)			
Э	Теоретическое обучение Экзаменационная сессия											
У	Учебная практика	I	34	2	4	2					10	52
П	Производственная практика	II	33	2	3	4					10	52
Н	Производственная практика (НИР)	III	30	2	4		6				10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	27	2	3		8	2			10	52
К	Каникулы	V	13	1	1				2	6	3	26
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	137	9	15	6	14	2	2	6	48	234

- *неделя равна сумме нерабочих праздничных дней в семестре

- 4/2э – 4 дня – теоретическое обучение, 2э – экзаменационная сессия

- 2/4э – 2 дня – теоретическое обучение, 4э – экзаменационная сессия

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 обучающегося во взаимодействии с преподавателем
		Трудоёмкость по ФГОС	Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		IV курс		V 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		
20	14	20	13	14	16	12	15	13													
<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>	
Блок 1	Дисциплины (модули)	195	7020	x	x	x	x	x													
Блок 1.1	Базовая часть	158	5688	x	x	x	x	x													
1.	История	4	144	x	x	x		x	1		x									x	
2.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		1	x									x	
3.	Русский язык и культура речи	6	216	x	x	x		x	2		x	x								x	
4.	Безопасность жизнедеятельности	2	72	x	x	x		x		2		x								x	
5.	Иностранный (английский) язык	16	576	x			x	x	2	1	x	x								x	
6.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x							x	
7.	Экономика	2	72	x	x	x		x		2		x								x	
8.	Социология	2	72	x	x	x		x		5				x						x	
9.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3			x							x	
10.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4			x							x	
11.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x									x	
12.	Математика	4	144	x	x		x	x	2		x	x								x	
13.	Информатика	5	180	x	x		x	x	2		x	x								x	
14.	Пакеты прикладных программ	2	72	x	x		x	x		5				x						x	
15.	Концепции современного естествознания	2	72	x	x	x		x		3			x							x	
16.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		5				x						x	
17.	Этика и психология делового общения	3	108	x	x	x	x	x		1	x									x	
18.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	x	x	x		x	3				x							x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
19.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x							x
20.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	6							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
23.	Социология массовых коммуникаций	4	144	x	x	x	x	x	5						x					x
24.	Психология массовых коммуникаций	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
25.	Теория и практика массовой информации	8	288	x	x	x	x	x	6							x				x
26.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	x	x	x	x	x	4					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
29.	Основы маркетинга	4	144	x	x	x	x	x	4					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
32.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
33.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	9										x	x
34.	Конфликтология	2	72	x	x	x	x	x		7							x			x
35.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x						x
36.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	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
3.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	3	108	x	x	x	x	x		7								x		x
4.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	5	180	x	x	x	x	x	6								x			x
5.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7									x		x
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ОПОП вуза</i>	21	756	x	x		x	x												
1.	Основы трудового законодательства	1	36	x	x			x		2		x								x
2.	Социология личности	x	x	x	x			x		x		x								x
3.	Методы научных исследований	2	72	x	x			x		3			x							x
4.	Методология написания научных работ	x	x	x	x			x		x			x							x
5.	Теория и практика аргументации	x	x	x	x			x		x			x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
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	324									x		x					
	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	21	756												x		x		
	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	3	108															x	
	Производственная практика (преддипломная)	3	108																x
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	324																
Блок 3.1	Базовая часть																		
	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	6	216																x
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3	108																x
	Объем программы бакалавриата	240	8640																
Ф	Факультативы	9	324	x	x	x	x	x											
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 (французский) 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.2.1	<i>Коррупция: причины, проявление, противодействие</i>	2	72	x	x			x		4				x					

АТТЕСТАЦИЯ

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

КУРСОВАЯ РАБОТА

<i>Дисциплина</i>	<i>Курс /семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	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. Факультативы не входят в трудоемкость 240 зачетных единиц.