

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки

## 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года  
Форма обучения - очная

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

### 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																	*			4/2	Э	К																			*	4/2	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II																	*			4/2	Э	К																			*	2/4	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
III																	*			2/4	К	П	П	П	П	П	П	П									*	4/2	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
IV									П	П	П	П	П	П	П	*			4/2	Э	К	П	П													*	П	Д	Д	Э	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	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	
Э	У					П	Н	ПД	К				Г
Э	Теоретическое обучение Экзаменационная сессия												
У	Учебная практика	I	34	2	4		2					10	52
П	Производственная практика	II	32	2	4		4					10	52
Н	Производственная практика (НИР)	III	30	2	4			6				10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	19	2	3			8	2	2	6	10	52
К	Каникулы												
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	115	8	15		6	12	2	2	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

### III. 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	
								неделя				неделя		неделя		неделя			
20	14	20	12	20	10	12	7												
<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>
<b>Блок 1</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>	<b>195</b>	<b>7020</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>											
<b>Блок 1.1</b>	<b>Базовая часть</b>	<b>158</b>	<b>5688</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>											
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 язык (английский)	16	576	x			x	x	2	1	x	x							x
6.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x					x
7.	Экономика	2	72	x	x	x		x		2		2							x
8.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				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		2		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

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
16.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		6					x	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
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 (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x					x



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
10.	Этнология	1	36	x	x			x		8								x	x
11.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x			x		x								x	x
12.	Управление персоналом	2	72	x	x			x		6						x			x
13.	Репутационный менеджмент	x	x	x	x			x		x						x			x
14.	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	1	36	x	x			x		7							x		x
15.	Правовое регулирование рекламной деятельности	x	x	x	x			x		x							x		x
16.	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	1	36	x	x			x		8								x	x
17.	Социальный маркетинг	x	x	x	x			x		x								x	x
18.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x			x	x		3			x						x
19.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x			x	x		x			x						x
20.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x			x	x		4				x					x
21.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x			x	x		x				x					x
22.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x			x	x		5					x				x
23.	Иностранный (английский) 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



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<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	Русский язык как иностранный	7	252	x			x	x		2 диф.	x	x							
Ф.1.2	Второй иностранный 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		3			x						
Ф.2.1	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
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 трудоёмкость 240 зачетных единиц.