

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

*по направлению подготовки
42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ
С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

Квалификация (степень) «магистр»
Нормативный срок обучения –
2 года 6 месяцев
Форма обучения - заочная

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

I. Примерный 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								Н	Н	П	П			*			2/ 4э	К											*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
II				П	П	П	П	Н	Н						*		4/ 2э	Э	К	Н	Н									*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К			
III												2/ 4э	П Д	П Д	Г	*	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К																								

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)																																															
		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Производственная практика	Производственная практика (НИР)	Производственная практика (преддипломная)	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего																																						
Э	Экзаменационная сессия																																																
П	Производственная практика	I	27	2	3	6	4																																										
Н	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	II	29	2	3	4	4																																										
П Д	Производственная практика (преддипломная)																																																
К	Каникулы	III	13	1	1																																												
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	69	5	7	10	8																																										

- неделя равна сумме праздничных дней в семестре

- 4/2э: 4 – теоретическое обучение, 2э – 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					Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем
			Трудоёмкость по ФГОС	Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		
		Всего			Лекция	Семинар	Практическое занятие	Семестр				Семестр		Семестр				
								1				2	3	4	5			
				недель		недель		недель										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	81	2916	x	132	106	x	x										
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	39	1404	x	56	46	x	x										
	МОДУЛИ:																	
<i>Б1.Б.М1</i>	<i>Социально-гуманитарные дисциплины</i>	9	324	x	18	10	x	x										
1.	История и методология науки	3	108	x	6	4	x	x		1	x					x		
2.	Основы научных исследований в профессиональной сфере	3	108	x	6	4	x	x		2		x				x		
3.	Правовое регулирование в сфере бизнеса	3	108	x	6	2	x	x		1	x					x		
<i>Б1.Б.М2</i>	<i>Историко-филологические дисциплины</i>	13	468	x	10	8	x	x										
1.	Деловой иностранный (английский) язык	8	288	x			x	x	4	2	x	x	x	x		x		
2.	Логико-методологические основы построения профессиональных текстов	3	108	x	6	4	x	x		3			x			x		
3.	Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации	2	72	x	4	4	x	x		1	x					x		
<i>Б1.Б.М3</i>	<i>Информационно-технологические дисциплины</i>	5	180	x	10	6	x	x										
1.	Информационное обеспечение проектной деятельности магистра	2	72	x	4		x	x		3			x			x		
2.	Современные информационно-коммуникативные технологии и реклама и связях с общественностью	3	108	x	6	6	x	x		5					x	x		
<i>Б1.Б.М4</i>	<i>Общепрофессиональные дисциплины</i>	12	432	x	18	22	x	x										
1.	Управление коммуникационными проектами	4	144	x	6	6	x	x	3				x			x		
2.	Разработка и продвижение контента	4	144	x	6	8	x	x	2		x	x				x		
3.	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	4	144	x	6	8	x	x	2		x	x				x		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Б1.В	Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений	42	1512	x	x	x	x	x								
Б1.В.М1	Общепрофессиональные дисциплины	29	1044	x	x	x	x	x								
1.	Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации	4	144	x	x	x	x	x	4				x	x		x
2.	Методы визуальных коммуникаций в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	5						x	x
3.	Лоббирование и технологии GR	3	108	x	x	x	x	x		3			x			x
4.	Коммуникационный менеджмент	4	144	x	x	x	x	x	1		x					x
5.	Медиапланирование в современной рекламной индустрии	4	144	x	x	x	x	x	4				x	x		x
6.	Стратегическое планирование и руководство проектной деятельностью в бизнесе	3	108	x	x	x	x	x		4			x	x		x
7.	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x	3				x			x
8.	Бренд-менеджмент	4	144	x	x	x	x	x	2		x	x				x
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору	13	468	x	x	x	x	x								
	<i>Общепрофессиональные дисциплины</i>															
1.	Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса	3	108	x	x	x	x	x		2		x				x
2.	Менеджмент в инновационной сфере	x	x	x	x	x	x	x		x		x				x
3.	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		4				x		x
4.	Методы прогнозирования в инструментарии интегрированных маркетинговых коммуникаций	x	x	x	x	x	x	x		x				x		x
5.	Российская экономика в структуре международного бизнеса	2	72	x	x	x	x	x		5					x	x
6.	Международный бизнес и предпринимательская культура	x	x	x	x	x	x	x		x					x	x
7.	Цифровая среда в деятельности рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		5					x	x
8.	Современная медиакultura в мире глобальных бизнес-коммуникаций	x	x	x	x	x	x	x		x					x	x
9.	Правовое регулирование рекламного рынка	2	72	x	x	x	x	x		3			x			x
10.	Основы предпринимательской культуры	x	x	x	x	x	x	x		x			x			x
	ИТОГО:	81	2916	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	
Б2	Блок 2. Практика	30	1080													
Б2.Б	Обязательная часть Блока 2	27	972													
1.	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	12	432								3	3	3	3		

<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>
2.	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	12	432									6	6			
3.	Производственная практика (преддипломная практика)	3	108												3	
Б2.В.	Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений	3	108													
1.	Производственная практика (творческая практика)	3	108								3					
Б3	Блок 3. Государственная итоговая аттестация	9	324													
1.	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3													3	
2.	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6													6	
	Объем программы магистратуры	120	4320													
Ф.	Факультативы	8	288	x	x	x		x								
Ф.1.	Стилистика и редактирование научных текстов	2	72	x	x	x		x		3			x			x
Ф.2.	Современная американская реклама (на английском языке)	3	108	x	x	x		x		2	x	x				x
Ф.3.	Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке)	3	108	x	x	x		x		3			x			x

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	Семестр					
	I	II	III	IV	V	Всего
Экзамен	1	3	2	3	1	10
Зачет	3	3	4	2	3	15

Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования по направлению подготовки магистров 42.04.01 *Реклама и связи с общественностью* (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в сфере бизнеса).

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 120 зачетных единиц.

