

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
			Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		
		Всего		Лекция	Семинар	Практическое занятие	Семестр				Семестр				
							1				2	3	4		
							недель				недель				
16	11	14	7												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	81	2916	x	x	x	x	x							
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	39	1404	x	x	x	x	x							
	МОДУЛИ:														
Б1.Б.М1	<i>Социально-гуманитарные дисциплины</i>	9	324	x	x	x	x	x							
1.	История и методология науки	3	108	x	x	x	x	x		1	x				x
2.	Основы научных исследований в профессиональной сфере	3	108	x	x	x	x	x		2		x			x
3.	Правовое регулирование в сфере бизнеса	3	108	x	x	x	x	x		1	x				x
Б1.Б.М2	<i>Историко-филологические дисциплины</i>	13	468	x	x	x	x	x							
1.	Деловой иностранный (английский) язык	8	288	x			x	x	3	1,2	x	x	x		x
2.	Логико-методологические основы построения профессиональных текстов	3	108	x	x	x	x	x		2		x			x
3.	Культурно-исторические аспекты социальной коммуникации	2	72	x	x	x	x	x		1	x				x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<i>Б1.Б.М3</i>	<i>Информационно-технологические дисциплины</i>	5	180	x	x	x	x	x							
1.	Информационное обеспечение проектной деятельности магистра	2	72	x	x		x	x		3			x		x
2.	Современные информационные технологии в индустрии рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		4				x	x
<i>Б1.Б.М4</i>	<i>Общепрофессиональные дисциплины</i>	12	432	x	x	x	x	x							
1.	Управление коммуникационными проектами	4	144	x	x	x	x	x	3				x		x
2.	Разработка и продвижение контента	4	144	x	x	x	x	x	2		x	x			x
3.	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	4	144	x	x	x	x	x	1		x				x
Б1.В	Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений	42	1512	x	x	x	x	x							
<i>Б1.В.М1</i>	<i>Общепрофессиональные дисциплины</i>	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	4				x	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

<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>
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		3			x		x
7.	Социологические исследования в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x	2			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		3			x		x
4.	Методы прогнозирования в инструментариинтегрированных 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		2		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		4				x	x
8.	Современная медиакultura в мире глобальных бизнес-коммуникаций	x	x	x	x	x	x	x		x				x	x

<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>
9.	Правовое регулирование рекламного рынка	2	72	x	x	x	x	x		2		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	
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	
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									60	60		
Ф.	Факультативы	8	288	x	x	x		x							
Ф1	Стилистика и редактирование научных текстов	2	72	x	x	x		x		3			x		x
Ф2	Современная американская реклама (на английском языке)	3	108	x	x	x		x		2		x			x
Ф3	Современные рекламные технологии в коммерческой деятельности (на английском языке)	3	108	x	x	x		x		3			x		x

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	Семестр				
	<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>	<i>Всего</i>
Экзамен	2	3	2	3	10
Зачет	4	6	4	2	16

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.