

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 07-19 от 11.07.2019

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью

Кафедра: Департамент коммуникаций и медиа

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2г

	Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	+	проектно-аналитический
+	-	авторский
+	-	организационно-управленческий
+	-	производственно-технологический
+	-	научно-исследовательский

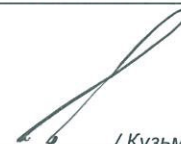
УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной, воспитательной работе
Шушин А.Н.
11 июля 2019г.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2019

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Директор департамента организации образовательной деятельности


/ Кузьмин П.В./

Зам. директора ШИГН по УВР


/ Волошина М.А./

Руководитель образовательной программы


/ Федорова Е.В./

Календарный учебный график

Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	
I																*				Э	Э	К	К																			Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II	П	П	П	П												*				Э	Э	К	К														Э	П	П	П	П	Д	Д	Д	Д	К	К	К	К	К	К	К	К

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение и практики	18	18	36	14	12	26	62
Э	Экзаменационные сессии	2	3	5	2	1	3	8
П	Производственная практика				4	4	8	8
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4	4	4
К	Каникулы	2	8	10	2	8	10	20
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1□ (6 дн)		1□ (6 дн)	1□ (6 дн)		1□ (6 дн)	2□ (12 дн)
Продолжительность обучения □ (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед			более 39 нед			
Итого		23	29	52	23	29	52	104
Студентов								
Групп								

-	-	-	Форма контроля		з.е.		-	Итого акад. часов						Курс 1																				
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспер тное		Факт	Часов в з.е.	Экспер тное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы	Сем. 1						Сем. 2												
																з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспер тное	Факт	Часов в з.е.	Экспер тное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль		
Блок 1. Дисциплины (модули)																																		
Обязательная часть																																		
+	Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)		12	3	7	7	36	252	252	108	144		24	3	108			36	12			72		2	72			36	12		36		
+	Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации	2			4	4	36	144	144	36	72	36	10											4	144			36	10		72	36	
+	Б1.О.03	Методология научных исследований в сфере коммуникаций		1		3	3	36	108	108	18	90		6	3	108			18	6			90											
+	Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	3	12		9	9	36	324	324	108	144	72	30	4	144			36	10			72	36	2	72			36	10		36		
+	Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"			1234	12	12	36	432	432	66	366		66	4	144			18	18			126		2	72			18	18		54		
+	Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	4			3	3	36	108	108	36	45	27	12																				
+	Б1.О.07	Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью		3		2	2	36	72	72	28	44		10																				
+	Б1.О.08	Язык, культура, межкультурные коммуникации		3		3	3	36	108	108	36	72		12																				
+	Б1.О.09	Сертификация языковых компетенций в рекламе и связях с общественностью		3	4	5	5	36	180	180	74	106		24																				
						48	48		1728	1728	510	1083	135	194	14	504			108	46			360	36	10	360			126	50		198	36	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																		
+	Б1.В.01	Проектная деятельность	1234			11	11		396	396	136	125	135	42	3	108	18		18	10			36	36	3	108	18		18	10		36	36	
+	Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	12			6	6	36	216	216	72	72	72	20	3	108	18		18	10			36	36	3	108	18		18	10		36	36	
+	Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	34			5	5	36	180	180	64	53	63	22																				
+	Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью	2			4	4	36	144	144	54	54	36	10											4	144	18		36	10		54	36	
+	Б1.В.03	Брендинг в ATL и BTL- коммуникациях		3		2	2	36	72	72	36	36		10																				
+	Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями	2			4	4	36	144	144	54	54	36	10											4	144	18		36	10		54	36	
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.2	1			4	4		144	144	54	54	36		4	144	18		36				54	36										
+	Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей	1			4	4	36	144	144	54	54	36		4	144	18		36				54	36										
-	Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью	1			4	4	36	144	144	54	54	36		4	144	18		36				54	36										
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.3	1			3	3		108	108	36	72		12	3	108	18		18	12			72											
+	Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения		1		3	3	36	108	108	36	72		12	3	108	18		18	12			72											
-	Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций		1		3	3	36	108	108	36	72		12	3	108	18		18	12			72											
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.5	2			3	3		108	108	36	72		12											3	108	18		18	12		72		
+	Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент		2		3	3	36	108	108	36	72		12											3	108	18		18	12		72		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях		2		3	3	36	108	108	36	72		12											3	108	18		18	12		72		
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.7	3			3	3		108	108	14	58	36	6																				
+	Б1.В.ДВ.04.01	Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе	3			3	3	36	108	108	14	58	36	6																				
-	Б1.В.ДВ.04.02	Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью	3			3	3	36	108	108	14	58	36	6																				
						34	34		1224	1224	420	525	279	102	10	360	54		72	22			162	72	14	504	72		108	42		216	108	
						82	82		2952	2952	930	1608	414	296	24	864	54		180	68			522	108	24	864	72		234	92		414	144	

-	-	-	Курс 2															Закрепленная кафедра		-									
			Сем. 3							Сем. 4																			
			Считать в плане	Индекс	Наименование	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр		Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	Код	Наименование	Компетенции		
Блок 1. Дисциплины (модули)																													
Обязательная часть																													
+	Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)	2	72			36				36											142	Академический департамент английского языка	УК-4; ОПК-1					
+	Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации																				76	Русского языка и литературы	УК-4; ОПК-1					
+	Б1.О.03	Методология научных исследований в сфере коммуникаций																				138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1					
+	Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	3	108			36	10			36	36										138	Департамент коммуникаций и медиа	ОПК-5; ОПК-6					
+	Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"	2	72			18	18			54		4	144							12	12		132	138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-6; ОПК-2		
+	Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью											3	108	12						24	12		45	27	138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-7	
+	Б1.О.07	Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью	2	72	14			14	10			44														138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1; ОПК-4	
+	Б1.О.08	Язык, культура, межкультурные коммуникации	3	108	8			28	12			72														138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-5; ОПК-3	
+	Б1.О.09	Сертификация языковых компетенций в рекламе и связях с общественностью	2	72	12			26	12			34		3	108	12					24	12		72		138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-4	
			14	504	34			158	62			276	36	10	360	24					60	36		249	27				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																													
+	Б1.В.01	Проектная деятельность	2	72	14			14	10			8	36	3	108	12					24	12		45	27			УК-2; УК-3; ПК-2	
+	Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-2; УК-3; ПК-2
+	Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	2	72	14			14	10			8	36	3	108	12					24	12		45	27	138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-2; УК-3; ПК-2	
+	Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-6; ПК-3
+	Б1.В.03	Брендинг в ATL и BTL- коммуникациях	2	72	18			18	10			36															138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-6; ПК-4
+	Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-3; ПК-3
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.2																											УК-1; ПК-2
+	Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1; ПК-2
-	Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1; ПК-2
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.3																											УК-6; ПК-4
+	Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-6; ПК-4
-	Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-6; ПК-4
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.5																											УК-1; ПК-3
+	Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1; ПК-3
-	Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях																									138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-1; ПК-3
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.7	3	108				14	6			58	36																УК-5; ПК-2
+	Б1.В.ДВ.04.01	Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе	3	108				14	6			58	36														138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-5; ПК-2
-	Б1.В.ДВ.04.02	Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью	3	108				14	6			58	36														138	Департамент коммуникаций и медиа	УК-5; ПК-2
			7	252	32			46	26			102	72	3	108	12					24	12		45	27				
			21	756	66			204	88			378	108	13	468	36					84	48		294	54				

Считать в плане	Индекс	Наименование	Форма контроля		з.е.		Итого акад. часов							Курс 1																	
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы	Сем. 1						Сем. 2										
															з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	Пр	Пр интер.	КСР	СР
Блок 2.Практика																															
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																															
+	62.В.01	Производственная практика			12334 4	32	32		1152	1152	100	1052			6	216			18			198		6	216			18			198
+	62.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа			1234	20	20	36	720	720	64	656			6	216			18			198		6	216			18			198
+	62.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика			3	6	6	36	216	216	18	198																			
+	62.В.01.03(П)	Преддипломная практика			4	6	6	36	216	216	18	198																			
						32	32		1152	1152	100	1052			6	216			18			198		6	216			18			198
						32	32		1152	1152	100	1052			6	216			18			198		6	216			18			198
Блок 3.Государственная итоговая аттестация																															
Обязательная часть																															
+	Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4			6	6	36	216	216	18	162	36																		
						6	6		216	216	18	162	36																		
						6	6		216	216	18	162	36																		
ФТД.Факультативы																															
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																															
+	ФТД.В.01	Ведение переговоров (Negotiation skills)		2		1	1	36	36	36	18	18												1	36			18			18
+	ФТД.В.02	Кросс-культурный менеджмент(Cross-Cultural Management)		3		1	1	36	36	36	18	18																			
						2	2		72	72	36	36												1	36			18			18
						2	2		72	72	36	36												1	36			18			18

Индекс	Содержание	Тип
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК
Б1.О.03	Методология научных исследований в сфере коммуникаций	
Б1.О.07	Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей	
Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью	
Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент	
Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.01	Проектная деятельность	
Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	
Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели	УК
Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.01	Проектная деятельность	
Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	
Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК
Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)	
Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации	
Б1.О.09	Сертификация языковых компетенций в рекламе и связях с общественностью	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК
Б1.О.08	Язык, культура, межкультурные коммуникации	
Б1.В.ДВ.04.01	Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе	
Б1.В.ДВ.04.02	Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью	

Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.В.01	Ведение переговоров (Negotiation skills)	
ФТД.В.02	Кросс-культурный менеджмент(Cross-Cultural Management)	
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК
Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"	
Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.03	Брендинг в ATL и BTL- коммуникациях	
Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения	
Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК
Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)	
Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации	
Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК
Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК
Б1.О.08	Язык, культура, межкультурные коммуникации	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК
Б1.О.07	Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК
Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК
Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК
Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский		
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	-

Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.В.02	Кросс-культурный менеджмент(Cross-Cultural Management)	
Тип задач профессиональной деятельности: проектно-аналитический		
ПК-2	Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы	-
Б1.В.01	Проектная деятельность	
Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	
Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей	
Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью	
Б1.В.ДВ.04.01	Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе	
Б1.В.ДВ.04.02	Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий		
ПК-3	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	-
Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью	
Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями	
Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент	
Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
ФТД.В.01	Ведение переговоров (Negotiation skills)	
Тип задач профессиональной деятельности: производственно-технологический		
ПК-4	Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	-
Б1.В.03	Брендинг в ATL и BTL-коммуникациях	
Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения	
Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций	
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
Тип задач профессиональной деятельности: научно-исследовательский		
ПК-5	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	-
Б2.В.01	Производственная практика	
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)	УК-4; ОПК-1
Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации	УК-4; ОПК-1
Б1.О.03	Методология научных исследований в сфере коммуникаций	УК-1
Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	ОПК-5; ОПК-6
Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"	УК-6; ОПК-2
Б1.О.06	Управление агентством и службой в рекламе и связях с общественностью	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-7
Б1.О.07	Прикладные количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ОПК-4
Б1.О.08	Язык, культура, межкультурные коммуникации	УК-5; ОПК-3
Б1.О.09	Сертификация языковых компетенций в рекламе и связях с общественностью	УК-4
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-5; УК-6; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.В.01	Проектная деятельность	УК-2; УК-3; ПК-2
Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	УК-2; УК-3; ПК-2
Б1.В.01.02	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью	УК-2; УК-3; ПК-2
Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью	УК-6; ПК-3
Б1.В.03	Брендинг в ATL и BTL- коммуникациях	УК-6; ПК-4
Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями	УК-3; ПК-3
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.2	УК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей	УК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью	УК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.3	УК-6; ПК-4
Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения	УК-6; ПК-4
Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций	УК-6; ПК-4
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.5	УК-1; ПК-3
Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент	УК-1; ПК-3
Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях	УК-1; ПК-3

Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору Б1.В.ДВ.7	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.01	Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.02	Стратегический консалтинг в рекламе и связях с общественностью	УК-5; ПК-2
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б2.О	Обязательная часть	
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б2.В.01	Производственная практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-5
Б2.В.01.02(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-2; ПК-4
Б2.В.01.03(П)	Преддипломная практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б3.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
Б3.О.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
ФТД	Факультативы	УК-5; ПК-1; ПК-3
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-5; ПК-1; ПК-3
ФТД.В.01	Ведение переговоров (Negotiation skills)	УК-5; ПК-3
ФТД.В.02	Кросс-культурный менеджмент(Cross-Cultural Management)	УК-5; ПК-1

№	Индекс	Наименование	Семестр 1										Семестр 2										Итого за курс										Каф.	Семестры										
			Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов							з.е.	Неделя												
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КСР	СР				Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	КСР				СР	Конт роль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр					КСР	СР	Конт роль	Всего						
ИТОГО (с факультативами)				1080								30	20		1116									31	21		2196							61	41									
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1080							30			1080									30			2160						60												
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад. час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)			54										54												54																		
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)			54										48												51																		
	Аудиторная нагрузка			14										18												16																		
	Контактная работа			14										18												16																		
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ) И РАССРЕД. ПРАКТИКИ				1080	252	54		198			720	108	30	ТО: 18Г Э: 2	1116	342	72		270			630	144	31	ТО: 18Г Э: 3	2196	594	126		468		1350	252	61	ТО: 36Г Э: 5									
1	Б1.О.01	Английский для академических целей (English for Academic Purposes)	За	108	36			36			72		3		За	72	36			36	36			2		За(2)	180	72			72		108		5		142	123						
2	Б1.О.02	Русский язык в профессиональной коммуникации												Экз	144	36			36		72	36		4		Экз	144	36			36		72	36	4		76	2						
3	Б1.О.03	Методология научных исследований в сфере коммуникаций	За	108	18			18			90		3													За	108	18			18		90		3		138	1						
4	Б1.О.04	Технологии рекламы и связей с общественностью в бизнесе, политике и социальной сфере	За	144	36			36			72	36	4		За	72	36			36	36			2		За(2)	216	72			72		108	36	6		138	123						
5	Б1.О.05	Научно-исследовательский семинар "Стратегическое управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью"	ЗаО	144	18			18			126		4		ЗаО	72	18			18		54		2		ЗаО(2)	216	36			36		180		6		138	1234						
6	Б1.В.01	Проектная деятельность	Экз	108	36	18		18			36	36	3		Экз	108	36	18		18		36	36	3		Экз(2)	216	72	36		36		72	72	6			1234						
7	Б1.В.01.01	Стратегическое планирование и реализация рекламных и информационных кампаний	Экз	108	36	18		18			36	36	3		Экз	108	36	18		18		36	36	3		Экз(2)	216	72	36		36		72	72	6		138	12						
8	Б1.В.02	Репутационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью												Экз	144	54	18		36		54	36		4		Экз	144	54	18		36		54	36	4		138	2						
9	Б1.В.04	Управление внутрикорпоративными коммуникациями												Экз	144	54	18		36		54	36		4		Экз	144	54	18		36		54	36	4		138	2						
10	Б1.В.ДВ.01.01	Рекламный и PR процесс: поведение потребителей	Экз	144	54	18		36			54	36	4												Экз	144	54	18		36		54	36	4		138	1							
11	Б1.В.ДВ.01.02	Современный российский рынок рекламы и связей с общественностью	Экз	144	54	18		36			54	36	4												Экз	144	54	18		36		54	36	4		138	1							
12	Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика электорального поведения	За	108	36	18		18			72		3												За	108	36	18		18		72		3		138	1							
13	Б1.В.ДВ.02.02	Коммуникационные практики привлечения инвестиций	За	108	36	18		18			72		3												За	108	36	18		18		72		3		138	1							
14	Б1.В.ДВ.03.01	Государственный и региональный бренд-менеджмент												За	108	36	18		18		72			3		За	108	36	18		18		72		3		138	2						
15	Б1.В.ДВ.03.02	Управление коммуникациями в кризисных ситуациях												За	108	36	18		18		72			3		За	108	36	18		18		72		3		138	2						
16	Б2.В.01	Производственная практика	ЗаО	216	18			18			198		6		ЗаО	216	18			18		198		6		ЗаО(2)	432	36			36		396		12			1234						
17	Б2.В.01.01(П)	Научно-исследовательская работа	ЗаО	216	18			18			198		6		ЗаО	216	18			18		198		6		ЗаО(2)	432	36			36		396		12		138	1234						
18	ФТД.В.01	Ведение переговоров (Negotiation skills)	За	36	18									За	36	18			18					1		За	36	18			18		18		1		138	2						
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Экз(2) За(4) ЗаО(2)										Экз(4) За(4) ЗаО(2)										Экз(6) За(8) ЗаО(4)																					
ПРАКТИКИ			(План)																																									
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦ			(План)																																									
КАНИКУЛЫ													2										8										10											

		Итого						Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4
					Мин.	Макс.	Факт						
	Итого (с факультативами)				98		122	61	30	31	61	30	31
	Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	30	30	60	29	31
Б1	Дисциплины (модули)	59%	41%	38.2%	60		82	48	24	24	34	21	13
Б1.О	Обязательная часть						48	24	14	10	24	14	10
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						34	24	10	14	10	7	3
Б2	Практика	0%	100%	0%	30		32	12	6	6	20	8	12
Б2.О	Обязательная часть												
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						32	12	6	6	20	8	12
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	6				6		6
Б3.О	Обязательная часть				6	9	6				6		6
ФТД	Факультативы				2		2	1		1	1	1	
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						2	1		1	1	1	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					53.8	-	54	54	-	54	52.5
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					51.8	-	54	48	-	54	54
		в период гос. экзаменов						-			-		
		Контактная работа					16.1	-	14	18	-	20.5	11
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						6	2	4	6	3	3
		ЗАЧЕТЫ (За)						7	4	3	4	4	
		ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						4	2	2	8	4	4
	Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					24.52%						
		в интерактивной форме					31.8%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы					40%							
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей)					31.5%							