

План одобрен Ученым советом ОУП

Протокол № 12 от 25.05.2021

42.04.01

Профиль: Управление связями с общественностью
Кафедра: Институт мировой экономики и бизнеса
Факультет: Институт мировой экономики и бизнеса

Квалификация: <i>Магистр</i>
Программа подготовки: <i>магистратура</i>
Форма обучения: <i>Очная</i>
Срок получения образования: <i>2г</i>

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Реклама и связи с общественностью
Управление связями с общественностью

Проректор по
образовательной
деятельности

УТВЕРЖДАЮ



Обзеева Ю.Н.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2021
Учебный год 2021-2022
Образовательный стандарт (СУОС) № 371 от 21.05.2021

СОГЛАСОВАНО

Начальник УОП (УМУ) [Signature] / Воробьева А.А. /

Директор/Декан [Signature] / Мосейкин Ю.Н. /

Председатель МССН [Signature] / Барабаш В.В. /

Руководитель программы [Signature] / Трубникова Н.В. /

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август											
	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31					
Числа	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					
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	Э	К	К											Э										Э	Э	*	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II										Э									*	Э	Э	К	К	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Г	Г	Г	Г	Г	Г	*	К	К	К	К	К	К	К				

Сводные данные

		Курс 1					Курс 2					Итого
		сем. 1	сем. 2	сем. 3	сем. 4	Всего	сем. 5	сем. 6	сем. 7	сем. 8	Всего	
	Теоретическое обучение и практики	9	8	9	8	34	9	8			17	51
Э	Экзаменационные сессии	1	2	1	2	6	1	2			3	9
П	Производственная практика				2	2						2
Пд	Преддипломная практика								10	4	14	14
Г	Государственная итоговая аттестация									6	6	6
К	Каникулы		2		6	8		2		8	10	18
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)		1□ (6 дн)		1□ (6 дн)	2□ (12 дн)		1□ (6 дн)		1□ (6 дн)	2□ (12 дн)	4□ (24 дн)
Продолжительность обучения □ (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед					более 39 нед					
Итого		10	13	10	19	52	10	13	10	19	52	104
Студентов												
Групп												

Индекс	Наименование	Форма контроля				з.е.		Курс 1																Курс 2															
		Экза мен	Заче т	Заче т с оц.	КР	Эксп ер тное	Факт	Сем. 1				Сем. 2				Сем. 3				Сем. 4				Сем. 5				Сем. 6				Сем. 7				Сем. 8			
								з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек	Лаб	Пр	Сем	з.е.	Лек
Блок 1 Дисциплины (модули)							66	66	9	36		27	18	12	24		24	56	15	45		27	54	9	24		8	32	12	9		9	90	9	8		8	32	
Обязательная часть							49	49	7	36		9	18	7	16		8	48	13	45		9	54	9	24		8	32	4	9		9	18	9	8		8	32	
B1.O.01	Базовая компонента	446	135	2	4	12	12	1			9	1			8	1			9		6	16		8	16	1		9	1			8							
B1.O.01.01	Стратегический менеджмент в коммуникационной индустрии	4			4	6	6																																
B1.O.01.02	Профессиональный иностранный язык	46	135	2		6	6	1			9	1			8	1			9	1			8			1		9	1			8							
B1.O.02	Вариативная компонента	1123		2234	66	37	37	6	36			18	6	16			48	12	45		54	2	8			16	3	9		18	8	8		32					
B1.O.02.01	Технологии GR	1				3	3	3	18			18																											
B1.O.02.02	Современные технологии и коммуникации в рекламе и PR	1				3	3	3	18																														
B1.O.02.03	Создание маркетингового контента			2		2	2					2	8				16																						
B1.O.02.04	Коммуникационный практикум (мастер-класс)	6		2		4	4					2				16												2					16						
B1.O.02.05	Аналитическое обеспечение PR-коммуникаций	2				2	2					2	8			16																							
B1.O.02.06	Digital-маркетинг	3				4	4									4	18			18																			
B1.O.02.07	Технологии IR	3				5	5									5	9			18																			
B1.O.02.08	Управление коммуникационными проектами			3		3	3									3	18			18																			
B1.O.02.09	Оценка эффективности PR-коммуникаций			4		2	2													2	8			16															
B1.O.02.10	Корпоративные коммуникации			5		3	3																					3	9		18								
B1.O.02.11	Психология управления коммуникациями	6				6	4	4																							4	8		16					
B1.O.02.12	Курсовая работа по профильным дисциплинам					6	2	2																							2								
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							17	17	2				18	5	8		16	8	2		18						8			72									
B1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.01.01	Немецкий язык	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.01.02	Китайский язык	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.01.03	Испанский язык	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.01.04	Итальянский язык	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.01.05	Французский язык	3	1	2		6	6	2			18	2			16	2			18																				
B1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)			2		3	3					3	8			8																							
B1.В.ДВ.02.01	Клиентский сервис			2		3	3					3	8			8																							
B1.В.ДВ.02.02	Имидж территорий			2		3	3					3	8			8																							
B1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			5		2	2																				2			18									
B1.В.ДВ.03.01	PR в государственных структурах			5		2	2																				2			18									
B1.В.ДВ.03.02	Медиарилейшнз			5		2	2																				2			18									
B1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)			5		2	2																				2			18									
B1.В.ДВ.04.01	Международный PR			5		2	2																				2			18									
B1.В.ДВ.04.02	Технологии управления общественным мнением			5		2	2																				2			18									

