

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Первый
проректор -
проректор по
учебной работе



Т.Е. Чупандина

"08" _____ 2020

План одобрен Ученым советом факультета

Протокол № 2 от 20.02.2020

по программе магистратуры

42.04.01

по направлению Реклама и связи с общественностью программа Реклама и связи с общественностью в СМИ

Программа магистратуры: Реклама и связи с общественностью в СМИ
Кафедра: 1324 связи с общественностью, рекламы и дизайна (КСОРИД)
Факультет: Журналистики

Квалификация: магистр
Программа подготовки: прикладная магистратура
Форма обучения: Очная
Срок получения образования: 2г

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
06.013	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ

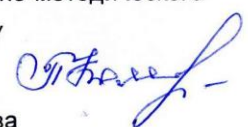
+	Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	+	авторский
+	-	организационно-управленческий
+	-	научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМУ

Декан

Куратор ОП

Электронная копия учебного плана верна.
Начальник учебно-методического
управления ВГУ

Л.И. Колесникова

Считать в плане	Индекс	Наименование	Форма контроля				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1										Курс 2									
			Экза мен	Зачет с оц.	Контр.	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль	Интер часы	Сем. 1					Сем. 2					Сем. 3					Сем. 4					
															з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб
Блок 1.Дисциплины (модули)																																			
Обязательная часть																																			
+	Б1.О.01	Профессиональное общение на иностранном языке			12	12	4	4	36	144	144	64	80		2			34	38		2			30	42										
+	Б1.О.02	Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью	2			2	3	3	36	108	108	28	44	36							3	14		14	44	36									
+	Б1.О.03	Информационная безопасность в медиапроизводстве	1			1	3	3	36	108	108	32	40	36	3	16		16	40	36															
+	Б1.О.04	Управление агентством рекламы и СО	3			3	3	3	36	108	108	32	40	36									3	16		16	40	36							
+	Б1.О.05	Традиции и национальные приоритеты культуры современной России		1		1	2	2	36	72	72	32	40		2	16		16	40																
+	Б1.О.06	Язык рекламы и СО	3			3	3	3	36	108	108	32	40	36									3	16		16	40	36							
+	Б1.О.07	Создание текста в рекламной и PR-коммуникации			1	1	2	2	36	72	72	32	40		2	16		16	40																
+	Б1.О.08	Корпоративная культура и СМИ			3	3	3	3	36	108	108	32	76										3	16		16	76								
+	Б1.О.09	СМИ во взаимоотношениях с государственными структурами и технологии лоббирования		1		1	2	2	36	72	72	16	56		2	16			56																
+	Б1.О.10	Методология и методика медиаисследований	1			1	4	4	36	144	144	32	76	36	4	16		16	76	36															
+	Б1.О.11	Методы конкретно-социологических исследований в массовой коммуникации	2			2	3	3	36	108	108	28	44	36							3	14		14	44	36									
									32	32		1152	1152	360	576	216		15	80		98	290	72	8	28		58	130	72	9	48		48	156	72
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																			
+	Б1.В.01	Филологическое обеспечение профессиональной деятельности	12			12	7	7	36	252	252	62	118	72	4	16		16	76	36	3	8		22	42	36									
+	Б1.В.02	Теория и практика аргументации			1	1	2	2	36	72	72	32	40		2	16		16	40																
+	Б1.В.03	Проектный менеджмент в медиасфере	3			3	3	3	36	108	108	32	40	36									3	16		16	40	36							
+	Б1.В.04	Разработка и реализация кампаний в рекламе и СО	2			2	3	3	36	108	108	30	42	36							3			30	42	36									
+	Б1.В.05	Современные теории и технологии развития личности			2		2	3	36	108	108	44	64								3	30		14	64										
+	Б1.В.06	Создание имиджа в СМИ	3			3	3	3	36	108	108	32	40	36									3			32	40	36							
+	Б1.В.07	Бизнес-моделирование в СМИ	3			3	3	3	36	108	108	32	40	36									3	16		16	40	36							
+	Б1.В.08	Современная пресс-служба организации			3	3	3	3	36	108	108	32	76										3	16		16	76								
+	Б1.В.09	Информационно-коммуникационные технологии рекламы и СО	2			2	3	3	36	108	108	28	44	36							3	14		14	44	36									
+	Б1.В.10	Разработка и продвижение контента			3	3	2	2	36	72	72	32	40										2	16		16	40								
+	Б1.В.11	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2		2	2	36	72	72	28	44										2	14		14	44								
+	Б1.В.12	Основы научных исследований в профессиональной деятельности			1	1	2	2	36	72	72	32	40		2	16		16	40																
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	1			1	2	2		72	72	16	56		2	16		56																	
+	Б1.В.ДВ.01.01	Коммерческая номинация в массовой коммуникации	1			1	2	2	36	72	72	16	56		2	16			56																
-	Б1.В.ДВ.01.02	Социальная и политическая реклама в СМИ	1			1	2	2	36	72	72	16	56		2	16			56																
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	1			1	3	3		108	108	32	40	36	14	3	16		16	40	36														
+	Б1.В.ДВ.02.01	Геймификация в рекламе и СО	1			1	3	3	36	108	108	32	40	36	14	3	16		16	40	36														
-	Б1.В.ДВ.02.02	Event-маркетинг в СМИ	1			1	3	3	36	108	108	32	40	36	14	3	16		16	40	36														
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	3			3	3	3		108	108	32	76									3	16		16	76									
+	Б1.В.ДВ.03.01	Реклама и СО в Интернете	3			3	3	3	36	108	108	32	76									3	16		16	76									
-	Б1.В.ДВ.03.02	Реклама и СО в печатных изданиях	3			3	3	3	36	108	108	32	76									3	16		16	76									
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	3			3	2	2		72	72	16	56									2	16		56										
+	Б1.В.ДВ.04.01	Политконсалтинг	3			3	2	2	36	72	72	16	56									2	16		56										
-	Б1.В.ДВ.04.02	Консалтинг в кризисных ситуациях	3			3	2	2	36	72	72	16	56									2	16		56										
									46	46		1656	1656	512	856	288	14	13	80		64	252	72	14	66		94	236	108	19	96		112	368	108
									78	78		2808	2808	872	1432	504	14	28	160		162	542	144	22	94		152	366	180	28	144		160	524	180
Блок 2.Практика																																			
Обязательная часть																																			

		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)				97	138	124	62	30	32	62	32	30
	Итого по ОП (без факультативов)				96	132	120	60	28	32	60	30	30
Б1	Дисциплины (модули)	41%	59%	21.7%	60	90	78	50	28	22	28	28	
Б1.О	Обязательная часть				30	42	32	23	15	8	9	9	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				45	60	46	27	13	14	19	19	
Б2	Практика	64%	36%	0%	30	33	33	10		10	23	2	21
Б2.О	Обязательная часть				21	27	21	4		4	17	2	15
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				9	15	12	6		6	6		6
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
Б3.О	Обязательная часть				6	9	9				9		9
ФТД	Факультативы				1	6	4	2	2		2	2	
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				1	6	4	2	2		2	2	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					55	-	54	54.6	-	56.3	
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					54	-	54	54	-	54	
		в период гос. экзаменов						-			-		54
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					18.3	-	18.6	17.1	-	19	
		Блок Б1					872	-	322	246	-	304	
		Блок Б2					36	-		12	-	3	21
		Блок Б3					2	-			-		2
		Блок ФТД					66	-	34		-	32	
		Итого по всем блокам					976	-	356	258	-	339	23
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						9	4	5	5	5	
		ЗАЧЕТ (За)						5	3	2	2	2	
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						5	4	1	3	3	
		КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА (К)						19	11	8	10	10	
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					45.65%						