Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Воронежский государственный университет"

Факультет журналистики

План одобрен Ученым советом факультета Протокол № 4 от 27.04.2023

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

УТВЕРЖДАЮ

Документ подписан усиленной квалифицированной электронной подписью

Серийный номер сертификата 01 d9 4a 81 0d 2c d9 a0 00 0b 54 c2 00 06 00 02 Выдан Чупандиной Е.Е., первый проректор — проректор по учебной работе ФГБОУ ВО ВГУ Действителен: с 03.03.2023 по 03.03.2024

42.03.01

по направлению "Реклама и связи с общественностью"

Профиль: Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

Кафедра: 1324 связей с общественностью, рекламы и дизайна (КСОРиД)

Факультет: Журналистики

Квалификация: Бакалавр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

Форма обучения: Очная Срок получения образования: 4 г. Образовательный стандарт (ФГОС) № 512 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
11	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ
11.006	РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	проектный
-	авторский
-	маркетинговый

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМУ

Декан

Куратор ООП

Электронная копия учебного плана верна.

Начальник учебно-методического

управления ВГУ

Л.И. Колесникова

аботе

Календарный учебный график

Mec	C	Сентябр	рь	5	(Октяб	рь	2		Hos	брь			Дека	брь	4		Янва	рь	1	Фе	врал	-		M	эрт		5	Апр	оель	3		Ма	й			Июнь	,	5		Июлі	Ь	2		Август	
Числа	1 - 7	8 - 14	22 - 28	29 -	6 - 12	13 - 19	20 - 26	7	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	1.1	1	87 - 77			1	26 -	2 - 8		16 - 22	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29	(,)	6 - 12	13 - 19 20 - 26	27 -	4 - 10	1	1	1	1 - 7	8 - 14	22 - 28	7	6 - 12	13 - 19	20 - 26	27 -:	i i	10 - 10 17 - 23	1
Нед	1	2 3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16 1	17 1	3 19	20	21	22	23	24	25 26	5 27	28	29	30	31	32 3	33 34	35	36	37	38	39 4	40 4	41 4	2 43	44	45	46	47	48	49 !	50 5	1 52
I									*							* * * *	* *	Э	Э Э Э Э К	К	К		*	*							*	*				-	Э Э * Э	3 3 9 9 9 9	У	У	у	у У У У У	У К К К К	К	КК	К
II		У							*							* * *	Э	Э	Э	Э К К К	К			*							*	*					9 9 9 * 9	Э	Э Э П	П	П	К К К	К	К	КК	К
III									*							*	Э	Э	Э	Э К К К	К		*								*	*					*	Э	Э П П	-	П	К	К	К	КК	К
IV		П							*							*	* * * 3	1	Э	Э К К К	К		*	*					Э Э Э	э <u>Э</u> Э Пд	Пд Пд Пд Пд *	Пд	Пд	Пд Пд Пд Пд Пд	Г	Г Г Г Д	Д Д Д Д *	ДД	Д	К	К	К	К	К	КК	К

Сводные данные

			Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4		Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8	Всего	ИПОГО
	Теоретическое обучение	17 3/6	16	33 3/6	16	16 3/6	32 3/6	16	16 2/6	32 2/6	16	8 1/6	24 1/6	122 3/6
Э	Экзаменационные сессии	2	2 4/6	4 4/6	2 4/6	3 2/6	6	2 4/6	3 2/6	6	2 4/6	2 1/6	4 5/6	21 3/6
У	Учебная практика		4 4/6	4 4/6	1 2/6		1 2/6							6
П	Производственная практика					2 4/6	2 4/6	1 2/6	2 4/6	4	1 2/6		1 2/6	8
Пд	Преддипломная практика											4	4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											4	4	4
Γ	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена											2	2	2
К	Продолжительность каникул	16 дн	35 дн	51 дн	12 дн	42 дн	54 дн	12 дн	43 дн	55 дн	12 дн	57 дн	69 дн	229 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	8 дн	5 дн	13 дн	8 дн	4 дн	12 дн	8 дн	4 дн	12 дн	8 дн	4 дн	12 дн	49 дн
Прод	олжительность	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	
Висо	косный год		-			-			-			-		

l l	-	Форма контроля		3.e			кад.часов	-		Семестр	1	Kypc 1		Семестр	2	_		Семестр 3	Кур		Семестр				Семестр 5			Семестр		l l		Семестр 7			Семес	
цекс	Наименование	Экла зачет с	кр Экспер	Факт Часо	в Экспер	По Конт.	CP K			Лек Лаб		Конт з.е.	е. Итого .	Лек Лаб	Np CP	Конт з.е.	Итого Лек	лаб Пр	СР Конт	з.е. Итого	Лек Лаб	Np CP	Конт з.е.	Итого Лек	Лаб Пр	CP Kont	a.e. Vitoro	Лек Лаб	Пр СР	Конт з.е.	. Итого Лек	. Лаб Пр 32 208	CP Kont	a.e. Vitoro	Лек Ла	ati Ng
ілины (модулі часть	и)		204	204 131	7672	7672 3408	3112 1	152 92			324 298			226	272 360	144 26	1002 160 468 80	32 256	410 144	28 1074 19 684	112 64	272 446	180 25	966 176	32 208	406 144	29 1108	166	290 472	180 27	972 144	32 208 80	444 144	16 576	96	96
1 Филос	софия	4	- 4	4 36	144	144 64	44	36 92	1.75 63	208 34	324 298	108 22	25 81	194			468 80	112	168 108	4 144	32	32 44	36	168 80	96	220 72	25 900	150	194 3/6	180 10	360 64	80	144 /2	2 /2	16	16
	ия России	2		4 36							16 13	2.25			32 15		_					32 40									+					+
	гранный язык	4 123	8	8 36	-			35	1.5 54		34 20	1.5	5 54		32 22	2	72	32	40	3 108		32 40	.50								+					+
	воность жизнедеятельности	5	2	2 36		72 32	40																2	72 16	16	40										
	неская культура и спорт ная культура устной и письменной	1	2			72 66			2 72		58 6																				+					+
KOMPA	никации	1	4			144 66 396 144	42 144		4 144	16	50 42	36			32 78		126 16	_	42 36	3 108		32 24								\vdash	+	+				+
_	менный русский язык мика и финансовая грамотность	234 4	2 11			108 48		108				4.5	5 162	16	32 /8	96 3.5	12b 1b	32	42 36	3 108		32 60	36							+ +	+	+ +				+
	гология	5	2			72 32														3 200	10	2 00	2	72 16	16	40										
	ия русской и зарубежной литературы	2 1	7			252 132			3.5 126	34	34 58	3.5	5 126	64	26	36																				
	тстика	5	4			144 48		36																144 16	32	60 36										4
	ия искусства	4	2			72 32														2 72	16	16 40														_
	вы журналистики	1	2		72				2 72	34	16 22																									#
	вы рекламы на и технология средств массовой	2	4		144							4	144	32	32 44	36																				-
L/MANA	NUMEN IMM	1 1	2			108 50			3 108		16 22 38	30																		\vdash	+	+				+
	мотерные технологии вы связей с общественностью	1	4	4 36		72 34 144 64			2 /2	34	30		1 144	22	32 44	~															+	+			-	+
	погии недиатворчества	3 1 2		8 36		288 162			2.25 81	16	34 31		25 81		32 33	35	126 32	77	26 36												+					+
	ы теории коммуникации	1	3	3 36		108 50		36	3 108	16	34 22	36		-		-		-													+					+
	вы интегрированных коммуникаций	4	4 4	4 36		144 48														4 144	16	32 60	36													+
	римент в насочедиа	5	3	3 36																				108 16	16	40 36										+
Медиа	ажономика	5	2	2 36	72	72 32																	2	72 16	16	40										+
	грилейшка	6	3	3 36	108	108 32																					3 108	16	16 76							1
	погия массовых коммуникаций	7	3	3 36		108 48		36																						3	108 16	32	24 36			
	ология массовых коммуникаций	6	4	4 36								I															4 144	32	32 44							
	ирование в наркетинговых коннуникациях	6	4	4 36			44	36																			4 144	32	32 44	36						
_	пение общественным мнением и СМИ	7	2	2 36			40						\perp					$ldsymbol{\sqcup}$		ЩТ		\Box								2	72 16	16	40			₩
	ботка рекламного продукта		6 4			144 32				$\sqcup \!\! \perp$			$\perp \perp$											$\sqcup \bot$			4 144	16	16 76	36	$\perp \perp$	$\perp \perp$				4
	ессиональные стандарты и этика в рекламе и x с общественностью	7	3	3 36		108 32		36		$\sqcup \sqcup$	$\sqcup\sqcup$	_	$\bot \bot$		\square			$\sqcup \sqcup$		$\sqcup \sqcup$		$\sqcup \sqcup$	$\sqcup \sqcup$	$\sqcup \sqcup$	$\sqcup \sqcup \sqcup$				$\sqcup \!\! \perp$	3	108 16	16	40 36	$\sqcup \sqcup$		4
Ритор Медиа		8	2	2 36		72 32		-		\vdash	$\vdash \vdash \vdash$	_	+		$\vdash \vdash$	\vdash	\vdash	\square		$\sqcup \sqcup$		$\sqcup \sqcup$		\vdash		\perp	-	_	$\vdash \vdash$	+	++	+		2 72	16	16
	апланирование	3	4	4 36		144 48				$\vdash \vdash$	$\vdash\vdash\vdash$	_	++		$\vdash\vdash$	4	144 32	16	60 36	\vdash	_	\vdash		$\vdash \vdash$	$\vdash \vdash \vdash$	-	_				+	++				+
	тирование медиатекста	6	4	4 36	144	_	60	36		$\vdash \vdash$	$\vdash\vdash\vdash$	_	++		$\vdash\vdash$	\vdash	\vdash	\vdash	- 	\vdash	_	\vdash		$\vdash \vdash$	$\vdash \vdash \vdash$	-	4 144	16	32 60	-	-	++-	-			+
		7	2	2 36 3 36	72 108		40	36		\vdash		-	++		\vdash	\vdash				\vdash	_	\vdash		\vdash	\vdash	-	3 100	16	32 24		72 16	16	40			+
	гление медиапроектами	6	3	3 36	+	_		30		\vdash		-	++		\vdash	\vdash				\vdash	_	\vdash		\vdash	\vdash	-		16		20	++	++	\vdash			+
	вы военной подготовки	6	3	3 36	108		52																				3 108	22	34 52							
	вы российской государственности иками образовательных отношений	1	2 73	2 36 73		72 48		124	2 72	16	32 24	- 1-	210	22	20 08	40	534 80	32 144	242 26	9 390	16 64	96 178	36 12	498 96	22 112	196 23	4 208	16	96 96		612 80	22 120	300 72	14 504	90	80
	урология	7	73	2 36		2956 1296 72 32						- 4	210		ou 38	13	334 80	32 144	272 30	9 390	10 04	20 1/8	30 12	95 051	34 114	A00 /Z	4 208	10	20 96		72 16			17 504	au	- 80
Инфор	омационные технологии в рекламе и связях с	4	2	2 36		_							+							2 72	32	40														+
Ooxos	ственностью вы права и противодействие	5	2	2 36		72 48	24																2	72 32	16	24										T
peutai	воплавиому поверению етинговое обеспечение проектов в сфере мы и связей с общественностью	5	2	2 36	72	72 48	24																2	72 32	16	24				ш						
Пакка	погия личности и ее саморазвития	3	2	2 36												2	72 32	16	24																	I
Peves	юе воздействие	2	2	2 36	72	72 32	40					2	72	16	16 40																					I
	на в интернете	4	2	2 36	72	72 32	40						$\bot \top$					\Box		2 72	32	40							\Box		$\perp \top$					╨
	с общественностью в интернете	5	2	2 36	-		40											oxdot		шП		$ldsymbol{\sqcup}$	2	72	32	40										┶
	ы в связях с общественностью	3	2	2 36			40	-		$\sqcup \sqcup$	-	_	+			2	72	32	40	$\sqcup \sqcup$	_	$\sqcup \sqcup$	\vdash	$\sqcup \sqcup$	$\sqcup \sqcup \sqcup$				$\sqcup \sqcup$	+	+	+		$\sqcup \sqcup$	_	+
	ы в рекламе	4	2	2 36		72 32	40	-	-			_	++	-		\vdash	\vdash	$\sqcup\sqcup$		2 72	_	32 40		$\vdash \vdash$	$\sqcup \sqcup$			_	\vdash	\vdash	+	+		$\sqcup \sqcup \sqcup$		4
	юая реклама	3	2	2 36													72 16																			_
	нальное событие низация и проведение коммуникационной	6 7	2	2 36	144							_	-			2	72 16	16	40											-	+_+		_			+
кампа	нии с общественностью в сфере применения	8 8	2	2 36		_							+++														2 /2		32 40	2	12	32	40	3 D	16	16
	погия производства в рекламе и связях с	7	4			144 48		24					+++																	4	144 16	27	60 36	2 72	10	
0011100	глениостью на в сфере приненения	, ,	2	2 36	72		40						+ +																	2		16	40			+
_	ние рекламного ролика	7	2	2 36		72 32																								2		32	40			+
Бренд		6	2	2 36		72 32																					2 72	16	16 40							+
	эности языка рекламы	8	3	3 36	108		40	36					1 1																					3 108	16	10
Ocofe	энности языка связей с общественностью	8	3	3 36	108		40						+																					3 108	16	1
	низация работы отдела связей с ственностью	5	3	3 36		108 32	40																3	108 16	16	40 36										\top
	ия рекламы и связей с общественностью	2	2	2 36	72	72 32	40					2	. 72	16	16 40																					J
	изация работы отдела рекламы	5	3	3 36				36							$\Box \Box$									108 16		40 36			$\Box \Box$	$\Box \Box$	$\perp T$					╧
Элект культ	тивные дисциплины по физической туре и спорту (модуль)	23456				328 240							66		48 18		66		18	66		48 18		66	48		64		48 16							
Дисц	иплины модуля	23456				328 240				$\sqcup \!\! \perp$			66		48 18		66	48		66		48 18		66	48		64		48 16		$\perp \perp$	$\perp \perp$				4
Лепка: Волей	я атлетика	23456 23456			328 328	328 240 328 240	88						66 66		48 18 48 18		66 66	48	18	66 66		48 18 48 18		66 66	48	18	64 64		48 16 48 16							+
Бадми	нгон	23456			328	328 240	88						66		48 18		66	48	18	66		48 18		66	48	18	64		48 16							
Баскет Гандб		23456 23456				328 240 328 240							66 66		48 18 48 18		66 66	48	18	66 66		48 18 48 18		66 66	48	18	64 64		48 16 48 16		+					+
Мини		23456			328	328 240	88						66 66		48 18		66	48	18	66		48 18		66	48	18	64		48 16							\pm
	пыный теннис ые гоноя	23456 23456		-	328	328 240 328 240 328 240	88						66 66		48 18 48 18		66 66 66	48	18	66 66 66		48 18 48 18		66 66 66	48	18	64 64 64		48 16 48 16							+
Плава	ыне	23456			328	328 240	88						66		48 18		66 66	48	18	66		48 18		66 66	48	18	64		48 16							#
Cnopt	гивная борьба	23456		+ T	328	328 240	88	-		$\vdash \vdash$			66		48 18		66	48	18	66		48 18		66	48	18	64		48 16						$-\mathbb{T}$	4
Спорт	ивная аэробика иплины по выбору Б1.В.ДВ.1	23456 7	3	3		328 240 108 32		36	_		\vdash	-	66	_	48 18	\vdash	66	48	18	66	_	48 18		66	48	18	64		48 16	3	108 16	16	40 36		-+	+
	иплины по выбору 51.В.ДВ.1 ные технологии в рекламе и связях с гтаминутым	7	3	3 36	108	108 32	40	36																							108 16		40 36			J
11.02 Лобби	ан .	7	3	3 36	108	108 32	40																								108 16	16	40 36			
12 Дисц	иплины по выбору Б1.В.ДВ.2	3	2	2	72	72 32	40	+		\vdash	$\vdash\vdash\vdash$	- -⁻	+	_	\vdash				40	++7	_	$\vdash\vdash$	\vdash	\vdash	\vdash	$ \parallel$ $ \parallel$	- $+$ $$		$\vdash\vdash$	++		+	\vdash	$\vdash\vdash\vdash$	- -	╫
	рафия в реклане	3		2 36				\rightarrow	-	\vdash	$\vdash\vdash\vdash$	-	+	-	\vdash				40	++	_	\vdash	\vdash	\vdash	+++	-	-		$\vdash\vdash$	++	++	++	$\vdash\vdash$	$\vdash\vdash\vdash$		+
u.uz Buaya.	лизация проекта иплины по выбору Б1.В.ДВ.3	3		2 36 3				36	-	\vdash	$\vdash\vdash\vdash$	+	++	-	\vdash		72	32	40	\vdash	_	\vdash	\vdash	\vdash	\vdash		-H		\vdash	++	++	++	\vdash	3 108	16	-
дисц 13.01 Тексп	иплины по высору ь 1.В.ДВ.3 ы и документооборот	8	3	3 36	108	108 32	40	36				_	+					\vdash																3 108	16	
13.02 Этике	т и имидж	8	3			108 32																												3 108		
04 Дисц	иплины по выбору Б1.В.ДВ.4	3	3	3	108	108 32	40	36									108 16		40 36																	#
04.01 Полит	гическая реклама	3	3	3 36	108	108 32	40	36					\perp				108 16		40 36												\perp					4
	ввочная деятельность	3	3	3 36 3	108	108 32	40	36		$\sqcup \!\! \perp$			$\perp \perp$			3	108 16	16	40 36					$\sqcup \bot$						$\perp \perp$	$\perp \perp$	$\perp \perp$				4
05 01 ···	иплины по выбору Б1.В.ДВ.5 эративная культура	8 8	3	3	108	108 32 108 32	76		_	\vdash		-+	++	_	$\vdash\vdash$	\vdash	\vdash	$\vdash\vdash$	\vdash	\vdash	_			\vdash	\vdash	-	-H		$\vdash\vdash$	++	++	++-		3 108 3 108		- 3
	ративная культура инг в нассовой коммуникации	8	3			108 32 108 32		+		\vdash	$\vdash\vdash$	+	++			\vdash	\vdash	$\vdash\vdash$		++	_	$\vdash\vdash$		\vdash	\vdash	-			\vdash	+	++	++		3 108		
.06 Дисц	иплины по выбору Б1.В.ДВ.6	4		3 3b				36					1							3 108	16	16 40	36								上十			3 100		,
06.01 Принц	илы ведения переговоров	4	3			108 32														3 108		16 40														Т
	ципы устойчивого развития компании	4	3			108 32														3 108		16 40								T						T
	овые и организационные основы вольческой (волонтерской) деятельности																																			

+	Б1.В.ДВ.	.07	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7		7	2	2	Т	72	72 32	2 40	,		1 1	1 1														2 72	16	16	40	1 7		
+	Б1.В.ДВ.	.07.01	Политические технологии в рекламе и связях с общественностью		7	2	2	36	72	72 32	40	1																	2 72	16	16	40			
-	61.В.ДВ.	.07.02	Политический маркетинг		7	2	2	36	72	72 32	40																		2 72	16	16	40			
Блок	2.Практика	a				27	27		972	972 14	958	8	958			7 25	2	4 248	2 7.	:	1	71	4 144	2 142	2 72	1 71	4 144	2 142	2 72		1	71	6 21	ő	3 213
Обяз	ательная ч	асть				6	6		216	216 3	213	3	213																			. —	6 210	6	3 213
+	E2.0.01((Пд)	Производственная практика (преддиплочная)		8	6	6	36	216	216 3	21:	3	213																				6 21	5	3 213
Част	ъ, формиру	емая уч	астниками образовательных отношений			21	21		756	756 11	745	5	745			7 25	2	4 248	2 7.	:	1	71	4 144	2 142	2 72	1 71	4 144	2 142	2 72		1	71			
+	62.B.01(Учебная практика (профессионально- означения практика (профессионально-		3	9	9	36	324	324 5	319	9	319			7 25	2	4 248	2 7	1	1	71													
	F2.B.02(1	(Π)	Производственная практика (профессионально-		5	6	6	36	216	216 3	21	3	213										4 144	2 142	2 72	1 71								T	
+	E2.B.03(1	(II)	Производственная практика (проектная)		7	6	6	36	216	216 3	21:	3	213														4 144	2 142	2 72	:	1	71			
Блок	3.Государс	ственна	я итоговая аттестация			9	9		324	324 2	304	4 18																					9 324	4 2	304 18
	F3.01(Γ))	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	8		3	3	36	108	108 2	97	9																					3 10	8 2	97 9
+	Б3.02(Д))	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускуюй изалификациямиюй паботы	8		6	6	36	216	216	200	7 9																					6 21	5	207 9
ФТД.	Факультати.	ивы				4	4		144	144 64	80	_				2 72		32 40											2 72	16	16				
+	ФТД,01		Социальная реклама	2		2	2	36	72	72 33	40)				2 7.	2	32 40																	
+	ФТД.02		Инновационные технологии в связях с общественностью	7		2	2	36	72	72 33	40)																	2 72	16	16	40		T	

					Итого				Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4	
		Баз.%	Bap.%	ДВ(от Вар.)%	Мин.	з.е. Макс.	Факт	Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8
	Итого (с факультативами)				200	259	244	62	27	35	60	28	32	60	27	33	62	31	31
	Итого по ОП (без факультативов)				198	249	240	60	27	33	60	28	32	60	27	33	60	29	31
Б1	Дисциплины (модули)	64%	36%	26%	165	210	204	53	27	26	54	26	28	54	25	29	43	27	16
Б1.О	Обязательная часть				110	134	131	49	27	22	32	13	19	38	13	25	12	10	2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				55	90	73	4		4	22	13	9	16	12	4	31	17	14
Б2	Практика	22%	78%	0%	27	30	27	7		7	6	2	4	6	2	4	8	2	6
Б2.О	Обязательная часть				6	12	6										6		6
Б2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				6	24	21	7		7	6	2	4	6	2	4	2	2	
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9										9		9
ФТД	Факультативы				2	10	4	2		2							2	2	
	17 (11 7 13	ОП, факу ОП, факу в период	льтативы	(в перио	,	ссий)	54.4 53.6		49.4 54	58.2 54		53.7 54	54.2 54		51.4 54	56.9 54		56.3 54	57.4 49.9 54
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП без э. элективн		•			25.9	-	32.4	28.2	-	25	24.3	-	23	25	-	24	23.6
		Блок Б1	ыс дисци	TITIVINIBI TIO	φιισικ.		3408	_	566	498	_	448	448	_	416	456	-	384	192
		в том чис	сле по эле	ект. дисц.	по ф.к.		240	-	300	48	-	48	48	-	48	48	-	50.	
	6	Блок Б2			· ·		14	-		4	-	1	2	-	1	2	-	1	3
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок БЗ					2	-			1			-			ı		2
		Блок ФТД	<u>. </u>				64	-		32	-			-			-	32	
		Итого по	всем бло	кам			3488	-	566	534	-	449	450	-	417	458	-	417	197
		ЭКЗАМЕ						7	3	4	9	4	5	9	4	5	7	4	3
	Обязательные формы контроля	ЗАЧЕТ (7	5	2	8	5	3	8	5	3	8	5	3
	T T T T T T T T T T T T T T T T T T T		СОЦЕНКО					4	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	
		КУРСОВ	ВАЯ РАБО	TA (KP)				1		1	1		1	1		1			
	Процент занятий от аудиторных (%)	лекцион	ных				40.66%												