

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН - ФЭТ

подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Квалификация (степень) – бакалавр
 Нормативный срок обучения – 4 года
 Срок обучения по плану – 4 года
 Очно - заочная форма обучения
 (по дистанционным технологиям)

1	Наименования дисциплин (в том числе практик) 2	Трудоемкость		Примерное распределение по курсам				Форма промежуточной аттестации 9	Примечание 10
		Зачетные единицы труд-ти	Академические часы	1	2	3	4		
				Количество недель в учебном году					
		3	4	40	45	45	44		
	Б.1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл	60	2160						
	Б.1.Б.0 Базовая часть	35	1260						
	Б.1.Б.1 Русский язык и культура речи	3	108	+				З	
	Б.1.Б.2 Иностранный язык	10	360	+	+			ИО, Э	
	Б.1.Б.3 Отечественная история	4	144	+				Э	
	Б.1.Б.4 Культурология	3	108	+				З	
	Б.1.Б.5 Психология	4	144	+				Э	
	Б.1.Б.6 Социология	3	108	+				З	
	Б.1.Б.7 Философия	4	144	+				Э	
	Б.1.Б.8 Экономика	4	144	+				Э	
	Б.1.В.0 Вариативная часть, в т. ч. дисциплины по выбору	25	900						
	Б.1.В.1 Стилистика и литературное редактирование	4	144			+		Э	
	Б.1.В.2 История журналистики	6	216			+		Э	
	Б.1.В.3 История литературы	5	180	+				ИО	
	Б.1.ДВ.0 Дисциплины по выбору								
	Б.1.ДВ.1.1 История международных отношений и политики	3	108			+		ИО	
	Б.1.ДВ.1.2 <i>Россия в глобальном информационном пространстве</i>	3	108			+		ИО	
	Б.1.ДВ.2.1 Правоведение	3	108	+				З	
	Б.1.ДВ.2.2 <i>Основы законодательства РФ в сфере рекламы</i>	3	108	+				З	

Б.1.ДВ.3.1	Эмпирическая социология	4	144				+	Э	
Б.1.ДВ.3.2	Социальная философия	4	144				+	Э	
Б.2. Математический и естественнонаучный цикл		14	504						
Б.2.Б.0	Базовая часть	10	360						
Б.2.Б.1	Математика и статистика	6	216	+				Э	
Б.2.Б.2	Компьютерные технологии и информатика	4	144	+				ИО	
Б.2.В.0	Вариативная часть, в т. ч. дисциплины по выбору	4	144						
Б.2.В.1	Прикладное программное обеспечение профессиональной деятельности	4	144	+				ИО	
Б.2.ДВ.0	Дисциплины по выбору								
Б.3. Профессиональный цикл		128	4608						
Б.3.Б.0	Базовая часть	60	2160						
Б.3.Б.1	Основы теории коммуникации	5	180				+	Э	
Б.3.Б.2	Социология массовых коммуникаций	3	108			+		Э	
Б.3.Б.3	Психология массовых коммуникаций	3	108			+		Э	
Б.3.Б.4	Теория и практика массовой информации	6	216			+		Э	
Б.3.Б.5	Основы интегрированных коммуникаций	6	216		+			Э	
Б.3.Б.6	Теория и практика связей с общественностью	6	216		+			Э, КР	
Б.3.Б.7	Теория и практика рекламы	6	216		+			Э, КР	
Б.3.Б.8	Основы менеджмента	5	180	+				Э	
Б.3.Б.9	Организация работы отделов рекламы	3	108				+	З	
Б.3.Б.10	Организация работы отделов связей с общественностью	4	144				+	Э	
Б.3.Б.11	Основы маркетинга	5	180		+			Э	
Б.3.Б.12	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	5	180			+		Э	
Б.3.Б.13	Безопасность жизнедеятельности	3	108	+				З	
Б.3.В.0	Вариативная часть, в т. ч. дисциплины по выбору	68	2448						
Б.3. В.1	Мастер-класс "Работа с текстами в связях с общественностью"	7	252		+			ИО	
Б.3. В.2	Мастер-класс "Работа с текстами в рекламе"	7	252			+		ИО	
Б.3. В.3	Связи с общественностью в политике	3	108				+	ИО	
Б.3. В.4	Реклама в политике	3	108				+	З	
Б.3. В.5	Мастер-класс "Связи с общественностью в бизнесе"	4	144			+		ИО	
Б.3. В.6	Мастер-класс "Реклама в бизнесе"	4	144			+		ИО	
Б.3. В.7	Основы медиапланирования	5	180			+		Э	
Б.3. В.8	Брендинг	6	216		+			Э	
Б.3. В.9	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	7	252				+	Э	
Б.3.ДВ.0	Дисциплины по выбору								

Б.3.ДВ.1.1	Политическое консультирование	5	180				+	Э	
Б.3.ДВ.1.2	<i>Конфликтология</i>	5	180				+	Э	
Б.3.ДВ.2.1	Связи с общественностью в некоммерческих организациях	3	108				+	3	
Б.3.ДВ.2.2	<i>Брендинг территории</i>	3	108				+	3	
Б.3.ДВ.3.1	Реклама в некоммерческих организациях	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.3.2	<i>Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности</i>	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.4.1	Основы репутационного менеджмента	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.4.2	<i>Основы бизнес - планирования</i>	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.5.1	Пресс служба	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.5.2	<i>Анализ объекта продвижения в рекламе и связях с общественностью</i>	2	72				+	3	
Б.3.ДВ.6.1	Мастер-класс "Проектирование в связях с общественностью"	4	144				+	ИО, КП	
Б.3.ДВ.6.2	<i>Коммуникация в постиндустриальном обществе</i>	4	144				+	ИО, КП	
Б.3.ДВ.7.1	Мастер-класс "Проектирование в рекламе"	4	144				+	ИО, КП	
Б.3.ДВ.7.2	<i>Немедийные коммуникации</i>	4	144				+	ИО, КП	
Б.4. Физическая культура		2	72						
Б4.Б1.	Профессионально-прикладная физическая подготовка студента	2	72				+	3	
Б.5. Практика		24	864						
Б 5.Б1	Учебная практика	6	216				+	ИО	
Б 5.Б2	Производственная практика	6	216				+	ИО	
Б 5.Б3	Преддипломная практика	12	432				+	ИО	
Б.6. Итоговая государственная аттестация		12	432						
Б.6.Б1	Междисциплинарный экзамен по направлению	1	36					Э	
Б.6.Б2	Выпускная квалификационная работа	11	396				+	Защита	
Общая трудоемкость основной образовательной программы (указывается в соответствии с ФГОС)		240	8640						

**Бюджет времени основной образовательной программы (в неделях)
подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебная практика	Производственная/ преддипломная практика	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
I	40	Без сессий	-	-	-	8	48
II	41		4	-	-	7	52
III	41		-	4	-	7	52
IV	28		-	8	8	8	52
Итого	150		4	12	8	30	204
		Учебная практика (разделом практики может быть научно-исследовательская работа)			2 курс		
		Производственная практика			3 курс		
		Преддипломная практика			4 курс		
		Итоговая государственная аттестация		Итоговый междисциплинарный государственный экзамен. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы	4 курс		

Представленные учебный план и бюджет времени ООП составлены, исходя из следующих данных (в зачетных единицах трудоемкости (зет) / часах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии	202 зет 7272 часа;
Физическая культура	2 зет 72 часа;
Практики (в том числе научно-исследовательская работа)	24 зет 864 часа;
Итоговая государственная аттестация	12 зет 432 часа;
Итого:	240 зет 8640 часов

В вариативных (профильных) частях циклов Б.1, Б.2, Б.3 представлены профили, которые реализуются (планируются к реализации) и обеспечены программами учебных дисциплин (курсов, модулей).

	<i>сфере рекламы</i>												
Б.1.ДВ.3.1	Эмпирическая социология	4	144							+		Э	
Б.1.ДВ.3.2	<i>Социальная философия</i>	4	144							+		Э	
Б.2. Математический и естественнонаучный цикл		14	504										
Б.2.Б.0	Базовая часть	10	360										
Б.2.Б.1	Математика и статистика	6	216	+								Э	
Б.2.Б.2	Компьютерные технологии и информатика	4	144		+							ИО	
Б.2.В.0	Вариативная часть, в т. ч. дисциплины по выбору	4	144										
Б.2.В.1	Прикладное программное обеспечение профессиональной деятельности	4	144		+							ИО	
Б.2.ДВ.0	Дисциплины по выбору												
Б.3. Профессиональный цикл		128	4608										
Б.3.Б.0	Базовая часть	60	2160										
Б.3.Б.1	Основы теории коммуникации	5	180							+		Э	
Б.3.Б.2	Социология массовых коммуникаций	3	108						+			Э	
Б.3.Б.3	Психология массовых коммуникаций	3	108						+			Э	
Б.3.Б.4	Теория и практика массовой информации	6	216						+			Э	
Б.3.Б.5	Основы интегрированных коммуникаций	6	216			+						Э	
Б.3.Б.6	Теория и практика связей с общественностью	6	216			++						Э, КР	
Б.3.Б.7	Теория и практика рекламы	6	216				++					Э, КР	
Б.3.Б.8	Основы менеджмента	5	180		+							Э	
Б.3.Б.9	Организация работы отделов рекламы	3	108							+		З	
Б.3.Б.10	Организация работы отделов связей с общественностью	4	144							+		Э	
Б.3.Б.11	Основы маркетинга	5	180				+					Э	
Б.3.Б.12	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	5	180						+			Э	

Б.3.Б.13	Безопасность жизнедеятельности	3	108		+							3	
Б.3.В.0	Вариативная часть, в т. ч. дисциплины по выбору	68	2448										
Б.3. В.1	Мастер-класс "Работа с текстами в связях с общественностью"	7	252				+						ИО
Б.3. В.2	Мастер-класс "Работа с текстами в рекламе"	7	252						+				ИО
Б.3. В.3	Связи с общественностью в политике	3	108							+			ИО
Б.3. В.4	Реклама в политике	3	108							+			З
Б.3. В.5	Мастер-класс "Связи с общественностью в бизнесе"	4	144					+					ИО
Б.3. В.6	Мастер-класс "Реклама в бизнесе"	4	144					+					ИО
Б.3. В.7	Основы медиапланирования	5	180					+					Э
Б.3. В.8	Брендинг	6	216				+						Э
Б.3. В.9	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	7	252							+			Э
Б.3.ДВ.0	Дисциплины по выбору												
Б.3.ДВ.1.1	Политическое консультирование	5	180								+		Э
Б.3.ДВ.1.2	<i>Конфликтология</i>	5	180								+		Э
Б.3.ДВ.2.1	Связи с общественностью в некоммерческих организациях	3	108						+				З
Б.3.ДВ.2.2	<i>Брендинг территории</i>	3	108						+				З
Б.3.ДВ.3.1	Реклама в некоммерческих организациях	2	72						+				З
Б.3.ДВ.3.2	<i>Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности</i>	2	72						+				З
Б.3.ДВ.4.1	Основы репутационного менеджмента	2	72						+				З
Б.3.ДВ.4.2	<i>Основы бизнес - планирования</i>	2	72						+				З
Б.3.ДВ.5.1	Пресс служба	2	72						+				З

**Бюджет времени основной образовательной программы (в неделях)
подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

Курсы	Теоретическое обучение	Экзаменационные сессии	Учебная практика	Производственная практика	Итоговая государственная аттестация	Каникулы	Всего
I	40	6	-	-	-	8	48
II	41	6	4	-	-	7	52
III	41	7	-	4	-	7	52
IV	28	4	-	8	8	8	52
Итого	150	23	4	12	8	30	204
		Учебная практика (разделом практики может быть научно-исследовательская работа)			4 семестр		
		Производственная практика			6 семестр		
		Преддипломная практика			8 семестр		
		Итоговая государственная аттестация	Итоговый междисциплинарный государственный экзамен. Подготовка и защита выпускной квалификационной работы		8 семестр		

Представленные учебный план и бюджет времени ООП составлены, исходя из следующих данных (в зачетных единицах трудоемкости (зет) / часах):

Теоретическое обучение, включая экзаменационные сессии	202 зет 7272 часа;
Физическая культура	2 зет 72 часа;
Практики (в том числе научно-исследовательская работа)	24 зет 864 часа;
Итоговая государственная аттестация	12 зет 432 часа;
Итого:	240 зет 8640 часов

В вариативных (профильных) частях циклов Б.1, Б.2, Б.3 представлены профили, которые реализуются (планируются к реализации) и обеспечены программами учебных дисциплин (курсов, модулей).