МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ"

План одобрен Ученым советом вуза Протокол N2 8 от 02.04.2019

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

 $_$ Новиков A.B.

20/3

ТВЕРЖДАЮ

42.04.01

Реклама и связи с общественностью

Программа

Рекламный бизнес и управление брендами

магистратуры:

Маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Кафедра: Факультет:

Корпоративной экономики и предпринимательства

Квалификация: і	Магистр		Год начала подгото
Форма обучения	а: Очная		Образовательны
Срок получения	образования: 2г		
+	Основной	Типы задач профессиональной деятельности	СОГЛАСОВАН
+	+	организационно-управленческий	
+	-	проектно-аналитический	Проректор по УР
+	-	научно-исследовательский	
			Начальник УО
			Декан

 Год начала подготовки (по учебному плану)
 2019

 Образовательный стандарт (ФГОС)
 № 528 от 08.06.2017

 СОГЛАСОВАНО
 / Ромашин В.Н./

 Проректор по УР
 / Чердынцева М.В./

 Начальник УО
 / Чердынцева М.В./

 Декан
 / Филатов С.А./

 Зав. кафедрой
 / Шадрина Л.Ю./

 Руководитель магистерской программы
 / Шадрина Л.Ю./

Календарный учебный график

Mec	Г	Ces	mai	рь	П	v,	O	пяб	рь	7		Hos	брь		,	Цека	брь		Ţ	я	eap	16	_	Фе	spa	ль	_		Ma	рт	П	v,	Ang	рель		Γ	Ma	ñ			Июн	ь	Π,	,,	И	апь		_	,	Aery	CT	П
SEC.	1.7	8- 14		77 . 67	22 - 28	- 53	6- 12	91 - Et	20 - 26	27.	3.9	30 - 36	17 - 23	24 - 30	1.7	8-34	15 - 21	22 - 28	-67	5 - 11	12 - 18	19 - 25	36.	2.8	9- 15	16 - 22	- 52	2.8	9 - 15	16 - 22	23 - 23	۳,	71	13 - 19	27.	4 . 30	11 - 17	18 - 24	25 - 33	1 - 7	7	15 - 21	22 - 28	~∣	31		20 - 26	27.	7		17 - 23	24 - 33
Нед	1	2	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 3	30	31	32	33 34	4 35	36	37	38	39	40	41	12 4	3 4	14	45	16	47	48	49 3	50	51	52
I	Ľ				•				•	•	*			9		•			K K K	* * K	•		•		•		×	" " m m m m	N X X X X	•	•				*					999	n n n n n n n n n n n n n	п	п	п	п	пÞ	n n K K	ĸ	к	к	ĸ	ĸ
11											× .			э					K K K K K	* K		•					× = = = =		m	3	9 0 0	п	п	пп		n n n	п		д	д	л п п	д	д	д	K	K	ĸ	ĸ	к	ĸ	ĸ	K

Сводные данные

			Kyr	x 1			Kyr	x 2		Итого
		сем. 1	сем. 2	сем. 3	Boero	сем. 4	сем. 5	сем. 6	Bæro	MIGIG
	Теоретическое обучение и практики	11	11	11	33	11	11		22	55
Э	Экзаменационные сессии	1 5/6	1	1	3 5/6	1 5/6	3 2/6		5 1/6	9
П	Производственная практика			6	6			8	8	14
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы							6	6	6
К	Каникулы		1 4/6	5 3/6	7 1/6		5/6	8	8 5/6	16
-	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1/6 (1 дн)	1 2/6 (8 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	1/6 (1 дн)	1 2/6 (8 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	4 (24 дн)
(не в	олжительность обучения ключая нерабочие праздничные и каникулы)		Sonee :	39 нед.			Sonee:	39 нед.		
Ито	го	13	15	24	52	13	16 3/6	22 3/6	52	104

	-		Форма контрол		01, nporp	3.6	e.	-		Итог	о акад.ча	сов	L					- 1			Курс 1											-			Курс 2							За ле
		Экза	1. 1	T		Экспер		Uacon	Экспер		Контакт		Конт			Сем. 1		Конт			Сем. 2	IV.	OHT 3.0		Сем. 3		Kour			Сем. 4		Kow			Сем. 5		Kour		Сем.		сь Кон	
Индекс	Наименование	мен Зачет	с оц. КР	рат	PFP	тное	Факт	в з.е.	тное	плану	часы	CP	роль	з.е. Л	ек Лаб	Пр	CP	роль	з.е. Л	1ек Ла	аб Пр	CP K	эль з.е.	Лек	Лаб П	Тр СР	Конт роль	з.е.	Лек Ј	Паб Пр	СР	Конт	з.е.	Лек Лаб	іб Пр	CP	Конт роль	з.е. Ле	к Лаб	Пр	СР Кон	нт пь
пок 1.Дисцип бязательная	ілины (модули)																																		_							_
	Коммуникационный менеджмент	1		T	П	3	3	36	108	108	22	59	27	3 1	1	11	59	27						Т			T	П			1		Т		\top				\top		\top	Т
	Моделирование текстов		1	1		2	2	36		72		50			1	11	50																									
	Рекламный маркетинг	1		1		3	3		108		44			3 1	1	33	37	27																								
	Сайтостроение	4			4	3	3	36					27															3		33	48	27			-				\perp			
	Реклама и PR в интернете Технологии рекламы и связей с		2	1	2	3		36 36			33	39 48	27						2 1	11	22	39	3	11		22 48	27								+-				+-+		-	
1.0.06	общественностью в различных сферах Составление научно-исследовательской	3		3			3																3	11	2.	2 48	2/								_				_		_	-
1.0.07	документации	1		1		3	3	36	108	108	33	75		3 1	1	22	75																		_							
	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	5	5			3	3	36	108	108	33	39	36																				3	11	22	39	36					
1.0.09	Деловой иностранный язык	123				7	7 29	36			110 363	142		3		44	64 285		2	**	33 55		2	11		39 39 <i>87</i>		2		22	40	27	2	**	22	39	36		+		_	
асть, формир	уемая участниками образовательных о	тношений				29	29		1044	1044	303	53/	144	14 4	14	121	285	54	4	11	33	/8	3	11	3	55 8/	2/	3		33	48	21	3	11		39	30		\rightarrow		_	_
	Методика и техника маркетинговых исследований в рекламе и связях с		3		,	2	2	36	72	72	33	39											2		3:	39													\Box			
	общественностью		,		,																														_							
	Рекламная графика Управление коммуникационным предприятием /	3		-	3	3	3						27				\vdash				_		3	+	3:	3 48	27								+	+			+		+	
L.B.U3	отделом		4	1	4	2	2	36	72	72	33	39								_ _							1	2	11	22	39			_					\perp			
	Юрислингвистическая экспертиза	5		5		3	3	36			33	39	36																					11		39	36				_	_
1.B.05	Практикум по разработке рекламного продукта		5		5	2	2	36	72	72	33	39																					2		33	39						
1.B.06	Персональный брендинг	5			5	3	3	36	108	108	33	48	27																				3	11	22	48	27					
LB.07	Массовые коммуникации и медиапланирование	2		2		2	2	36	72	72	22	23	27						2 1	11	11	23 2	27																			
.B.08	Управление поведением потребителей		4		4	2	2	36	72	72	33	39																2	11	22	39											
	Разработка и продвижение контента	4				3	3	36	108		33		27															3		33	48	27										
	Бренд-менеджмент	2	2	_		4			144		44		27						4 1	11	33	73 2	27												-				\perp			
	Управление конфликтами в организации Манипулятивные технологии в бизнесе	5		5		2		36 36		72 72	33 22	39 50																2	11	11	50		2	11	- 22	39			+			
	Управление капиталом бренда	5			5	3		36				53				+												-			30		3	11	44	53			+		_	
	Репутация в информационном пространстве	5		5		2		36				39																					2		33	39						
	Управление коммуникационным проектом	4	4			3		36				37	27															3	11	33	37	27										
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1 Копирайтинг и нейминг	3		3		3			108 108		44	64											3	11 11		3 64 3 64									-				\perp			
I.В.ДВ.01.01 I.В.ДВ.01.02		3		3		3	3	36	108	108	44	64											3		-	13 64									+				+		+	
	Технологии управления общественным мнением							36															3	11	3.	13 64													\perp		_	4
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 Социально-психологические основы рекламной	2		2		2	2				11					-			2			61													+				+		+	+
г.в.дв.02.01	деятельности	2		2		2	2	36	72	72	11	61							2		11																				_	
1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	2		2	4	2	2 43	36			11 572	61 770	198						8 .	22	11	61 157	54 0	11	a	99 151	27	12	44	121	212	54	15	44	17/	5 257	62		+		_	
							72						342	14 4	14	121	285					235				54 238						81				3 296		_	+		-	+
лок 2.Практи																																										
6язательная 2.0.01(П)		2		T	1 1	-	-	26	108	400	2	405				T	т т		3	2		106		1 1				П							_				$\overline{}$		—	
,	Профессионально-творческая практика Научно-исследовательская работа	2	12345			3 15			108 540			106		3		11	97		3	2	11		3		1	1 97		3		11	97		3		11	97			+-+		+	
,	Преддипломная практика		6								2															-		_					Ť		+			9 2		3	322	T
						27	27		972	972	59	913		3		11	97		6	2	11	203	3		1	11 97		3		11	97		3		11	97		9 2		3	322	I
	уемая участниками образовательных о Организационно-управленческая практика	тношений		1	1 1	13	13	26	432	422	4	420				1	1 1	-						2		322	-				_				—	1		3 2	-		106	_
.0.01(11)	организационно-управленческая практика	36			-	12					4													2		322									+			3 2			106	+
						39					63			3		11	97		6	2	11	203		2	1	11 419		3		11	97		3		11	97		12 4		4	428	
лок З.Госуда	рственная итоговая аттестация																																									
	Подготовка к процедуре защиты и защита			T	П												П	П						П			T	П			T				$\overline{}$				\top			T
3.01(Д)	выпускной квалификационной работы	6				9	9	36	324	324	26	244	54																									9		26 2	244 54	4
						9				324			54																									9			244 54	
ТД.Факульта	TURN					9	9		324	324	26	244	54							_													_		4			9		26 2	244 54	1
. д. такульта																																										
тд.01	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	4				1	1	36	36	36	22	14												$ \top $				1	11	11	14											
								-					_									-				_		-		-		-	_		\rightarrow				\rightarrow		-	+
	Социальный маркетинг	3				1	1	36	36	36	22	14											1	11	1:	1 14																

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01_РиСО_РБиУБ_2019_о.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2019

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
1	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-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5
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; ПК-3; ПК-5
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	УК-1; УК-6; ОПК-5; ПК-3
Б1.О.02	Моделирование текстов	УК-5; ОПК-1; ОПК-3
Б1.О.03	Рекламный маркетинг	УК-1; ОПК-7
Б1.О.04	Сайтостроение	УК-2; ОПК-6
Б1.О.05	Реклама и PR в интернете	УК-3; ОПК-2; ОПК-6; ПК-5
Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	УК-3; ОПК-2; ОПК-6
Б1.О.07	Составление научно-исследовательской документаци	ОПК-4
Б1.О.08	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	ОПК-3; ОПК-4
Б1.О.09	Деловой иностранный язык	УК-4; УК-5; ОПК-1
Б1.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
Б1.В.01	Методика и техника маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью	YK-1; ΠK-1
Б1.В.02	Рекламная графика	УК-6; ПК-4
Б1.В.03	Управление коммуникационным предприятием / отделом	УК-3; ПК-2
Б1.В.04	Юрислингвистическая экспертиза	УК-4; ΠK-1
Б1.В.05	Практикум по разработке рекламного продукта	УK-2; ΠK-1
Б1.В.06	Персональный брендинг	УK-6; ΠK-4
Б1.В.07	Массовые коммуникации и медиапланирование	УK-1; ΠK-1
Б1.В.08	Управление поведением потребителей	УK-5; ΠK-2
Б1.В.09	Разработка и продвижение контента	УK-4; ΠK-4
Б1.В.10	Бренд-менеджмент	yκ-2; πκ-4
Б1.В.11	Управление конфликтами в организации	УK-3; УK-5; ΠK-3
Б1.В.12	Манипулятивные технологии в бизнесе	УK-3; ΠK-2
Б1.В.13	Управление капиталом бренда	yK-1; ΠK-4
Б1.В.14	Репутация в информационном пространстве	УK-4; ΠK-2
Б1.В.15	Управление коммуникационным проектом	УК-2; ПК-2; ПК-5
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	Копирайтинг и нейминг	УK-4; ΠK-4
Б1.В.ДВ.01.02	Технологии управления общественным мнением	УK-4; ΠK-4
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	YK-5; ΠK-2
Б1.В.ДВ.02.01	Социально-психологические основы рекламной деятельности	YK-5; ΠK-2
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	УK-5; ΠK-2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01_РиСО_РБиУБ_2019_о.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2019

	Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2		Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; 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
Б2.О		Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-5
Б	2.0.01(Π)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-4; ПК-5
Б	2.0.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1
Б	2.0.03(П)	Преддипломная практика	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-5
Б2.В		Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
Б	2.B.01(Π)	Организационно-управленческая практика	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
3		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
Б3.01	1(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
тд	_	Факультативы	УК-2
ФТД.	.01	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	YK-2
ФТД.		Социальный маркетинг	УК-2

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ Учебный план магистратуры '42.04.01_РиСО_РБиУБ_2019_о.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2019

			И	того				Кур	c 1			Кур	c 2	
	F 0/	D 0/	ДВ(от		з.е.			Cou. 1	C-11.2	Сем 3		C 4	C= E	Сем 6
	Баз.%	Bap.%	Bap.)%	Мин.	Макс.	Факт	Bcero	Сем 1	Сем 2	Cem 3	Всего	Сем 4	Сем 5	Сем б
Итого (с факультативами)				98		122	61	17	18	26	61	19	21	21
Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	17	18	25	60	18	21	21
Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	39	14	12	13	33	15	18	
Обязательная часть						29	23	14	4	5	6	3	3	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	16		8	8	27	12	15	
Практика	69%	31%	0%	30		39	21	3	6	12	18	3	3	12
Обязательная часть						27	12	3	6	3	15	3	3	9
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						12	9			9	3			3
Государственная итоговая аттестация				6	9	9					9			9
Факультативы				2	10	2	1			1	1	1		
	ОП, факу	льтативь	і (в перио	д ТО)		54	-	50.8	54	50.8	-	54.9	59.8	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факу	льтативы	ı (в перио	д экз. се	ессий)	38	-	29.5	54	54	-	44.2	29.7	
учестая нагрузка (акад.час/пед)	в период						-				-			
	Контактн	ная работ	a			18.1	-	16	14.2	17	-	19	24	
	ЭКЗАМЕ	НЫ (Экз)					6	2	2	2	7	3	3	1
	ЗАЧЕТЫ						8	2	3	3	5	1	3	1
Обязательные формы контроля	ЗАЧЕТЫ	С ОЦЕНК	ОЙ (ЗаО)				6	2	2	2	6	3	2	1
обязательные форны контроля		ЫЕ РАБОТ	гы (КР)				1		1		2	1	1	
	РЕФЕРА	ТЫ (Реф)					7	3	2	2	4	1	3	
	PIP (PIT	?)					3		1	2	6	3	3	
Процент занятий от аудиторных	лекцион					21.18%								
Объём обязательной части от общего объё	ма програм	МЫ				46.7%								
Объём конт, работы от общего объёма врег	чени на ре	ализацию	дисципл	ин (моду	лей)	36.1%								