

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 8 от 02.04.2019

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Реклама и связи с общественностью



Новиков А.В.

2019 г.

42.04.01

Программа магистратуры: Рекламный бизнес и управление брендами
Кафедра: Маркетинга, рекламы и связей с общественностью
Факультет: Корпоративной экономики и предпринимательства

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Заочная

Срок получения образования: 2г 5м

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

Год начала подготовки (по учебному плану) 2019

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по УР

В.Н. Ромашин / Ромашин В.Н./

Начальник УО

М.В. Чердынцева / Чердынцева М.В./

Декан

С.А. Филатов / Филатов С.А./

Зав. кафедрой

Л.Ю. Шадрин / Шадрин Л.Ю./

Руководитель магистерской программы

Л.Ю. Шадрин / Шадрин Л.Ю./

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	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; 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; 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 документации	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-4
Б1.В.01	Методика и техника маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью	УК-1; ПК-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; ПК-1
Б1.В.05	Практикум по разработке рекламного продукта	УК-2; ПК-1
Б1.В.06	Персональный брендинг	УК-6; ПК-4
Б1.В.07	Массовые коммуникации и медиапланирование	УК-1; ПК-1
Б1.В.08	Управление поведением потребителей	УК-5; ПК-2
Б1.В.09	Разработка и продвижение контента	УК-4; ПК-4
Б1.В.10	Бренд-менеджмент	УК-2; ПК-4
Б1.В.11	Управление конфликтами в организации	УК-3; УК-5; ПК-2
Б1.В.12	Манипулятивные технологии в бизнесе	УК-3; ПК-2
Б1.В.13	Управление капиталом бренда	УК-1; ПК-4
Б1.В.14	Репутация в информационном пространстве	УК-4; ПК-2
Б1.В.15	Управление коммуникационным проектом	УК-2; ПК-2
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	Копирайтинг и нейминг	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.02	Технологии управления общественным мнением	УК-4; ПК-4
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.02.01	Социально-психологические основы рекламной деятельности	УК-5; ПК-2
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	УК-5; ПК-2

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
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-4; ПК-5
Б2.О.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1
Б2.О.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
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
Б3	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(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
ФТД	Факультативы	УК-2
ФТД.01	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	УК-2
ФТД.02	Социальный маркетинг	УК-2

	Итого						Курс 1	Курс 2	Курс 3
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.					
				Мин.	Макс.	Факт			
Итого (с факультативами)				98		122	38	59	25
Итого по ОП (без факультативов)				96		120	38	57	25
Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	31	40	1
Обязательная часть						29	19	10	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	12	30	1
Практика	69%	31%	0%	30		39	7	17	15
Обязательная часть						27	7	8	12
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						12		9	3
Государственная итоговая аттестация				6	9	9			9
Факультативы				2	10	2		2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы					42.5	34.2	51.2	50.9
	в период гос. экзаменов								
Контактная работа (акад.час/год)	ОП					125	172	100	
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						3	8	2
	ЗАЧЕТЫ (За)						5	7	1
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						4	6	2
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)							2	1
	КОНТРОЛЬНЫЕ (К)						10	15	
Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					31.2%			
Объём обязательной части от общего объёма программы						46.7%			
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей)						9.6%			