

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 № 8 от 02.04.2019

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Реклама и связи с общественностью

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: Очно-заочная

Срок получения образования: 2г 4м

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



ТВЕРЖДАЮ

Новиков А.В.

2019 г.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2019

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

### СОГЛАСОВАНО

Проректор по УР [подпись] / Ромашин В.Н./

Начальник УО [подпись] / Чердынцева М.В./

Декан [подпись] / Филатов С.А./

Зав.кафедрой [подпись] / Шадрина Л.Ю./

Руководитель магистерской программы [подпись] / Шадрина Л.Ю./

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август													
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31							
Нед	1	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	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52							
I	*	*	*	*	*									ш	ш			к	к	к	к	к					ш	ш	ш	ш	ш																												
II										ш	ш	ш	ш					к	к	к	к	к					ш	ш	ш	ш	ш																												
III																																																											

Сводные данные

	Курс 1				Курс 2				Курс 3				Итого
	сем. 1	сем. 2	сем. 3	Всего	сем. 4	сем. 5	сем. 6	Всего	сем. 7	сем. 8	сем. 9	Всего	
Теоретическое обучение и практики	11	10	10	31	10	10	8	28	2			2	61
Экзаменационные сессии	2 2/6	2 4/6	3 3/6	8 3/6	1 5/6	2 1/6	2 4/6	6 4/6	5/6			5/6	16
Производственная практика							6	6	8			8	14
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы									6			6	6
Каникулы	3/6		6 3/6	7		1 3/6	7 5/6	9 2/6	3 2/6			3 2/6	19 4/6
* Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 2/6 (8 дн)	1/6 (1 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	1/6 (1 дн)	1 2/6 (8 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	1 2/6 (8 дн)			1 2/6 (8 дн)	5 2/6 (32 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)	более 39 нед.				более 39 нед.				не менее 12 нед. и не более 39 нед.				
Итого	15 1/6	12 5/6	20 3/6	48 3/6	12	15	25	52	21 3/6			21 3/6	122



Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	ОПК-5; ОПК-1; ОПК-3; УК-6; ОПК-7; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-6; УК-1; УК-2; УК-4; УК-3; УК-5; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-4; ПК-1
Б1.О	Обязательная часть	ОПК-4; УК-4; УК-1; ОПК-7; ОПК-2; УК-3; ОПК-5; ОПК-6; УК-2; ОПК-3; УК-5; ОПК-1; ПК-3; ПК-5
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	УК-1; ОПК-5; ПК-3
Б1.О.02	Моделирование текстов	ОПК-1; ОПК-3; УК-5
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	ОПК-6; ОПК-2; УК-3; ПК-5
Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	ОПК-2; ОПК-6; УК-3
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	ОПК-1; УК-4; УК-5
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-3; УК-1; УК-6; УК-5; УК-4; УК-2; ПК-2; ПК-4; ПК-1
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

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01\_РиСО\_РБиУБ\_2019\_о-з.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2019

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2	Практика	ОПК-1; ОПК-4; УК-1; ОПК-3; УК-3; УК-4; УК-2; ОПК-6; ОПК-5; ОПК-7; УК-6; ОПК-2; ПК-3; ПК-2; ПК-4; ПК-5; ПК-1
Б2.О	Обязательная часть	ОПК-1; УК-1; УК-2; ОПК-4; ОПК-3; УК-4; ОПК-7; ОПК-6; ОПК-5; ОПК-2; УК-6; ПК-5; ПК-4; ПК-1
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика	ОПК-1; УК-4; УК-1; ОПК-6; ПК-5; ПК-4
Б2.О.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-3; ОПК-7; ОПК-5; ПК-1
Б2.О.03(П)	Преддипломная практика	УК-6; ОПК-2; УК-1; УК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-5
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-3; УК-2; ПК-2; ПК-3
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика	УК-3; УК-2; ПК-2; ПК-3
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОПК-7; ОПК-6; УК-1; УК-3; УК-6; УК-2; ОПК-5; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; УК-4; ОПК-1; УК-5; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-4; ПК-1
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	ОПК-7; ОПК-6; УК-1; УК-3; УК-6; УК-2; ОПК-5; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; УК-4; ОПК-1; УК-5; ПК-2; ПК-3; ПК-5; ПК-4; ПК-1
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.			Всего	Сем 1	Сем 2	Сем 3	Всего	Сем 4	Сем 5	Сем 6	Всего	Сем 7	Сем 8	Сем 9
				Мин.	Макс.	Факт												
Итого (с факультативами)				96		122	47	14	18	15	51	15	14	22	24	24		
Итого по ОП (без факультативов)				96		120	47	14	18	15	49	15	13	21	24	24		
Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	38	11	15	12	34	12	10	12				
Обязательная часть						29	23	9	9	5	6	3		3				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	15	2	6	7	28	9	10	9				
Практика	69%	31%	0%	30		39	9	3	3	3	15	3	3	9	15	15		
Обязательная часть						27	9	3	3	3	6	3	3		12	12		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						12					9			9	3	3		
Государственная итоговая аттестация				6	9	9									9	9		
Факультативы					10	2					2		1	1				
Учебная нагрузка (акад. час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					48.6	-	41	59.4	48.6	-	48.6	45	48.4	-	54		
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					22	-	23.2	20.3	15.5	-	29.5	25	30.4	-			
	в период гос. экзаменов						-				-				-			
	Контактная работа					11.9	-	10.2	13.6	12.8	-	12.8	10.4	14	-	1		
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						5	2	2	1	7	2	2	3	1	1		
	ЗАЧЕТЫ (За)						7	2	2	3	4	1	1	2	2	2		
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						6	1	3	2	5	3	2		1	1		
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1		1		2		1	1				
	РЕФЕРАТЫ (Реф)						7	3	3	1	3	1	1	1				
	РГР (РГР)						3		1	2	7	3	2	2				
Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					21.18%												
Объём обязательной части от общего объёма программы						46.7%												
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей)						26.2%												