

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

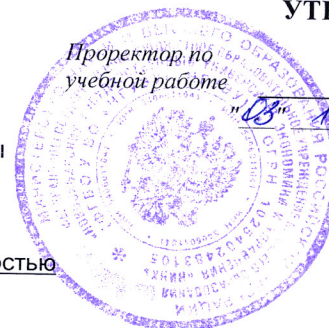
УТВЕРЖДАЮ

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 2 от 20.09.2022

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры



Проректор по  
учебной работе

Родионова З.В.

2022 г.

Реклама и связи с общественностью  
Редакция 2022 года

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 форма

Срок получения образования: 2 г. 5 м.


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

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

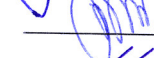
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

## СОГЛАСОВАНО

Начальник учебного отдела

 / Зорина М.В./

И.о. декана факультета

 / Бабина Ю.В./

Зав. кафедрой

 / Шадрина Л.Ю./

Руководитель магистерской программы

 / 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	=	=	=	=						*				Э	Э			К	*							*						Э									Э	Э					Э				К	К	К	К	К	К						
II									Э	Э							К	К	*					Э	Э	Э	Э	*	Э							Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	Э	
III			Э	Э					П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	*	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К

## 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
Э	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
П	Производственная практика							6	6	8			8	14
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы									6			6	6
К	Продолжительность каникул	3 дн		46 дн	49 дн		10 дн	55 дн	65 дн	23 дн			23 дн	137 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	8 дн	1 дн	3 дн	12 дн	1 дн	8 дн	3 дн	12 дн	8 дн			8 дн	32 дн
Продолжительность		106 дн	90 дн	145 дн	341 дн	84 дн	105 дн	176 дн	365 дн	150 дн			150 дн	
Високосный год														

План Учебный план магистратуры '42.04.01\_РиСО\_РБиУБ\_2020\_о-з\_ред.2022.plx', код направления 42.04.01, программа магистратуры : Рекламный бизнес и управление брендами, год на

Индекс	Наименование	форма контроля						з.е.		Итого акад. часов																			Закрепленная														
		Экз. мен.	Зачет с. оц.	КР	Реферат	РГР	Экспертное	Факт	Курс 1																			Конт. роль															
									Семестр 1					Семестр 2					Семестр 3					Семестр 4																			
									з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	з.е.	Лек	Лаб	Пр			СР													
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>																																											
<b>Обязательная часть</b>		29	29	1044	1044	264	645	135	13	32	72	310	54	13	24	96	294	54	9	16	88	220	15	16	128	315	81	10	24	72	210	54	12	32	80	239	81						
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	1					3	3	108	108	16	65	27									3	8																				
Б1.О.02	Моделирование текстов		1			1	2	2	72	72	16	56																															
Б1.О.03	Рекламный маркетинг	2				2	3	3	108	108	32	49	27																														
Б1.О.04	Сайтостроение	4					4	3	3	108	108	24	57	27									3			24	57	27															
Б1.О.05	Реклама и PR в интернете			2			2	2	72	72	24	48																															
Б1.О.06	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	4				4	3	3	108	108	24	57	27										3	8		16	57	27															
Б1.О.07	Составление научно-исследовательской документации	1				1	3	3	108	108	24	84											3	8																			
Б1.О.08	Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями	6				6	3	3	108	108	24	57	27																					3	8	16	57	27					
Б1.О.09	Деловой иностранный язык		123				7	7	252	252	80	172				3	76		2		24	48			24	48												5					
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>		43	43	1548	1548	416	943	189	2	8	8	29	27	6	8	32	149	27	7	16	64	172	9	8	88	201	27	10	24	72	210	54	9	24	64	182	54						
Б1.В.01	Методика и техника маркетинговых исследований в рекламе и связях с общественностью			3			3	2	72	72	24	48								2																							
Б1.В.02	Рекламная графика	5					5	3	3	108	108	24	57	27														3				24	57	27									
Б1.В.03	Управление коммуникационным предприятием / отделом			5			5	2	72	72	24	48															2	8			16	48											
Б1.В.04	Юрлингвистическая экспертиза	6				6	3	3	108	108	24	57	27																														
Б1.В.05	Практикум по разработке рекламного продукта			4			4	2	72	72	24	48												2																			
Б1.В.06	Персональный брендинг	6					6	3	3	108	108	24	57	27																													
Б1.В.07	Массовые коммуникации и медиала планирование	1				1	2	2	72	72	16	29	27										2	8																			
Б1.В.08	Управление поведением потребителей			4			4	2	72	72	24	48																															
Б1.В.09	Разработка и продвижение контента	4					3	3	108	108	24	57	27																														
Б1.В.10	Бренд-менеджмент	2		2			4	4	144	144	32	85	27																														
Б1.В.11	Управление конфликтами в организации	3				3	2	2	72	72	24	48							2	8																							
Б1.В.12	Манипулятивные технологии в бизнесе	5				5	2	2	72	72	16	56																															
Б1.В.13	Управление капиталом бренда	6				6	3	3	108	108	40	68																															
Б1.В.14	Репутация в информационном пространстве	4				4	2	2	72	72	24	48																															
Б1.В.15	Управление коммуникационным проектом	5				5	3	3	108	108	32	49	27															2						24	48								
Б1.В.ДВ.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1</b>	3				3	3	3	108	108	32	76								3	8																						
Б1.В.ДВ.01.01	Копирайтинг и нейминг	3				3	3	3	108	108	32	76											3	8																			
Б1.В.ДВ.01.02	Технологии управления общественным мнением	3				3	3	3	108	108	32	76											3	8																			
Б1.В.ДВ.02	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2</b>	2				2	2	2	72	72	8	64			2			8	64																								
Б1.В.ДВ.02.01	Социально-психологические основы рекламной деятельности	2				2	2	2	72	72	8	64			2			8	64																								
Б1.В.ДВ.02.02	Психология массовых коммуникаций	2				2	2	2	72	72	8	64			2			8	64																								
<b>Блок 2. Практика</b>		39	39	1404	1404	48	1356		3		8	100			3		8	100			3		8	100			3		8	100			3		8	100	9	2	322	15	6	534	
<b>Обязательная часть</b>		12	12	432	432	4	428																																12	4	428		
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика		7				3	3	108	108	2	106																											3	2	106		
Б2.О.02(П)	Преддипломная практика			7			9	9	324	324	2	322																											9	2	322		
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>		27	27	972	972	44	928		3		8	100			3		8	100			3		8	100			3		8	100			3		8	100	9	2	322	3	2	106	
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика		67				12	12	432	432	4	428																											12	4	428		
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская работа			12345			15	15	540	540	40	500			3		8	100			3		8	100			3		8	100			3		8	100	9	2	322				
<b>Блок 3. Государственная итоговая аттестация</b>		9	9	324	324		270	54																															9		270	54	
Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	7					9	9	324	324		270	54																										9		270	54	
<b>ФТД. Факультативы</b>							2	2	72	72	32	40																												1	8	8	20
ФТД.01	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью		6				1	1	36	36	16	20																												1	8	8	20
ФТД.02	Социальный маркетинг		5				1	1	36	36	16	20																												1	8	8	20

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; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	УК-1; УК-6; ОПК-5
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
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-3; ПК-4; ПК-5
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-3
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; 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	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-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-6
Б2.О.02(П)	Преддипломная практика	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
Б2.В.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; УК-6; ПК-1
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.			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	44	16	16	12	54	18	14	22	24	24		
	Итого по ОП (без факультативов)				96		120	44	16	16	12	52	18	13	21	24	24		
B1	Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	35	13	13	9	37	15	10	12				
B1.O	Обязательная часть						29	20	11	7	2	9	6		3				
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	15	2	6	7	28	9	10	9				
B2	Практика	31%	69%	0%	30		39	9	3	3	3	15	3	3	9	15	15		
B2.O	Обязательная часть						12									12	12		
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						27	9	3	3	3	15	3	3	9	3	3		
B3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9									9	9		
ФТД	Факультативы					10	2					2		1	1				
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					49	-	47.5	52.2	43.2	-	56.7	45	48.4	-	54		
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					20.3	-	23.2	20.3		-	44.2	25	30.4	-			
		в период гос. экзаменов						-				-				-			
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					11.9	-	10.2	12.8	11.2	-	15.2	10.4	14	-	1		
		Блок Б1					680	-	104	120	104	-	144	96	112	-			
		Блок Б2					48	-	8	8	8	-	8	8	2	-	6		
		Блок Б3						-				-				-			
		Блок ФТД					32	-				-		16	16	-			
	Итого по всем блокам					760	-	112	128	112	-	152	120	130	-	6			
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						4	2	2		8	3	2	3	1	1		
		ЗАЧЕТ (За)						7	2	2	3	4	1	1	2	2	2		
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						6	2	2	2	5	3	2		1	1		
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)						1		1		2		1	1				
		РЕФЕРАТ (Реф)						7	3	2	2	4	2	1	1				
		РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКАЯ РАБОТА (РГР)						2		1	1	7	3	2	2				
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					21.18%													
	Объем обязательной части от общего объема программы (%)					34.2%													
	Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					26.23%													