

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.

"03" 10 2022г.

42.04.01

Реклама и связи с общественностью  
Редакция 2022 года



Программа  
магистратуры:

Рекламный бизнес и управление брендами

Кафедра:

Маркетинга, рекламы и связей с общественностью

Факультет:

Корпоративной экономики и предпринимательства

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

Форма обучения: Заочная форма

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Срок получения образования: 2 г. 5 м.

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

### 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./





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

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01\_РиСО\_РБиУБ\_2020\_о-з\_ред.2022.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

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			
	Суммарная контактная работа (акад. час)	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%													
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						34.2%													
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						26.23%													