

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО "Новосибирский государственный университет экономики и управления "НИНХ"

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11
28.04.2015

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки бакалавров



Утверждаю

И.о. ректора

Новиков А.В.

20/15 г.

42.03.01

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль - Реклама и связи с общественностью в организации

Кафедра: Социальные коммуникации и социология управления

Факультет: Социально-гуманитарный

Виды деят.: организационно-управленческая; проектная; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;

Квалификация: бакалавр

Программа подготовки:

Форма обучения: заочная

Срок обучения: 5л

Год начала подготовки

2015

Образовательный стандарт

221

29.03.2010

Согласовано


И.о. проректора по учебной работе

 / Глушакова О.В./

Начальник УО

 / Чердынцева М.В./

И.о. декана факультета

 / Штейнгольц Б.И./

Зав. кафедрой

 / Воловская Н.М./

1	ОК-1	владением культурой мышления, способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
2	ОК-2	умением логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь
3	ОК-3	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
4	ОК-4	способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность
5	ОК-5	умением использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
6	ОК-6	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства
7	ОК-7	умением критически оценивать свои достоинства и недостатки, наметить пути и выбрать средства развития достоинств и устранения недостатков
8	ОК-8	осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
9	ОК-9	использованием основных положений и методов социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы
10	ОК-10	использованием основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования
11	ОК-11	способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны
12	ОК-12	владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, имеет навыки работы с компьютером как средством управления информацией
13	ОК-13	способностью работать с информацией в глобальных компьютерных сетях
14	ОК-14	владением одним из иностранных языков на уровне не ниже разговорного
15	ОК-15	владением новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
16	ОК-16	владением средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития
17	ОК-17	знанием своих прав и обязанностей как гражданина своей страны; умением использовать действующее законодательство Российской Федерации, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии
18	ПК-1	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта
19	ПК-2	владением знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах
20	ПК-3	способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия
21	ПК-4	способностью под контролем использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в рыночных исследованиях
22	ПК-5	владением основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения
23	ПК-6	обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга
24	ПК-7	обладает базовыми навыками бренд-менеджмента
25	ПК-8	обладает базовыми навыками медиапланирования
26	ПК-9	обладает базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами
27	ПК-10	способностью обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы
28	ПК-11	способностью проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий
29	ПК-12	способностью реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности
30	ПК-13	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве
31	ПК-14	умением осуществлять рекламные, информационные и пропагандистские кампании и мероприятия
32	ПК-15	умением использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации
33	ПК-16	обладает пониманием основ менеджмента и маркетинга
34	ПК-17	знает историю и основные теории менеджмента, владеет основными управленческими функциями (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методами их реализации; знает основы бизнес-процессов
35	ПК-18	способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; способен к выработке нестандартных решений
36	ПК-19	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
37	ПК-20	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации
38	ПК-21	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
39	ПК-22	способностью участвовать в формировании эффективных внутренних коммуникаций, нацелен на создание и поддержание благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; осуществление работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников
40	ПК-23	способностью к участию в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд
41	ПК-24	владеет навыками подготовки проектной документации
42	ПК-25	способностью реализовать проекты и владеет методами их реализации
43	ПК-26	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации; участвовать в формировании и поддержании корпоративной культуры
44	ПК-27	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований
45	ПК-28	рекламно-информационная деятельность: способностью организовать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
46	ПК-29	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность: обладает компетенциями организации и проведения маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению ее конкурентной позиции
47	ПК-30	способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации
48	ПК-31	способностью организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных
49	ПК-32	способностью подготовить, организовать и провести анкетирование и опросы мнения потребителей и общественного мнения; осуществить обработку и подготовку данных для анализа
50	ПК-33	способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы
51	ПК-34	владеет навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
52	ПК-35	владеет навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов

*

Индекс	Наименование	Каф	Формируемые компетенции											
			ОК-1 ОК-13 ПК-8 ПК-20 ПК-32	ОК-2 ОК-14 ПК-9 ПК-21 ПК-33	ОК-3 ОК-15 ПК-10 ПК-22 ПК-34	ОК-4 ОК-16 ПК-11 ПК-23 ПК-35	ОК-5 ОК-17 ПК-12 ПК-24	ОК-6 ПК-1 ПК-13 ПК-25	ОК-7 ПК-2 ПК-14 ПК-26	ОК-8 ПК-3 ПК-15 ПК-27	ОК-9 ПК-4 ПК-16 ПК-28	ОК-10 ПК-5 ПК-17 ПК-29	ОК-11 ПК-6 ПК-18 ПК-30	ОК-12 ПК-7 ПК-19 ПК-31
Б1.Б.1	Философия	21	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5								
Б1.Б.2	История	7	ОК-9	ОК-17										
Б1.Б.3	Иностранный язык	5	ОК-14											
Б1.Б.4	Правоведение	4	ОК-5											
Б1.Б.5	Экономическая теория	27	ОК-8	ОК-17	ПК-8									
Б1.Б.6	Социология	13	ОК-1	ОК-7	ОК-8	ОК-11								
Б1.Б.7	Безопасность жизнедеятельности	25	ОК-15											
Б1.Б.8	Русский язык и культура речи	13	ОК-2	ОК-3	ОК-5	ПК-5	ПК-6							
Б1.Б.9	Информатика	26	ОК-12	ОК-13										
Б1.Б.10	Математика	3	ОК-10											
Б1.Б.11	Введение в специальность	13	ОК-6	ОК-8										
Б1.Б.12	Физическая культура	20	ОК-16											
Б1.Б.13	Теория и практика массовой информации	13	ОК-5	ОК-11	ПК-5	ПК-6	ПК-12	ПК-28						
Б1.Б.14	Основы связей с общественностью	13	ОК-2	ОК-5	ОК-6	ОК-8	ОК-17	ПК-9	ПК-10	ПК-12	ПК-14	ПК-33		
Б1.Б.15	Основы рекламы	13	ОК-2	ОК-5	ОК-6	ОК-8	ОК-17	ПК-8	ПК-10	ПК-12	ПК-14	ПК-23	ПК-33	
Б1.Б.16	Основы менеджмента	19	ОК-4	ПК-7	ПК-9	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-25	
Б1.Б.17	Психология массовой коммуникации	13	ОК-3	ОК-7	ПК-1	ПК-4	ПК-5	ПК-7						
Б1.Б.18	Методика и техника проведения социологических исследований	13	ОК-10	ПК-4	ПК-11	ПК-30	ПК-31	ПК-32						
Б1.Б.19	Основы теории коммуникации	13	ОК-2	ОК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-5	ПК-10	ПК-11	ПК-26				
Б1.Б.20	Социология массовых коммуникаций	13	ОК-3	ОК-11	ОК-13	ПК-2	ПК-4	ПК-30						
Б1.Б.21	Психология рекламы и связей с общественностью	13	ОК-3	ОК-7	ПК-1	ПК-5								
Б1.Б.22	Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью	13	ОК-2	ОК-7	ПК-5	ПК-6	ПК-9	ПК-10	ПК-12	ПК-28				
Б1.Б.23	Основы маркетинга	11	ПК-4	ПК-13	ПК-15	ПК-16	ПК-29	ПК-31	ПК-32					
Б1.Б.24	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	13	ОК-10	ПК-4	ПК-13	ПК-15	ПК-29	ПК-31	ПК-32					
Б1.Б.25	Контент-анализ в рекламе и связях с общественностью	13	ОК-11	ПК-34	ПК-35									
Б1.Б.26	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	13	ПК-2	ПК-13	ПК-20	ПК-23	ПК-24	ПК-27	ПК-34	ПК-35				
Б1.Б.27	Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью	13	ПК-3	ПК-8	ПК-11	ПК-14	ПК-20	ПК-24	ПК-25	ПК-27				
Б1.Б.28	Основы медиапланирования	13	ПК-8	ПК-9	ПК-23	ПК-24	ПК-27							
Б1.Б.29	Стилистика и литературное редактирование	13	ОК-2	ОК-5	ПК-5	ПК-6	ПК-34	ПК-35						
Б1.Б.30	Графический дизайн и технологии производства рекламного продукта	13	ОК-12	ПК-7	ПК-12	ПК-13	ПК-25	ПК-28						
Б1.Б.31	Социология управления	13	ОК-3	ОК-4	ПК-16	ПК-17	ПК-18							
Б1.Б.32	Брендинг	13	ПК-7	ПК-16	ПК-19	ПК-24	ПК-29	ПК-30	ПК-31					
Б1.Б.33	Социально-трудовые отношения	13	ОК-4	ОК-6	ОК-7	ОК-8								
Б1.Б.34	Социальная психология	13	ОК-3	ОК-6	ОК-7	ПК-5								
Б1.В.ОД.1	Коммуникационный менеджмент	13	ПК-9	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-22	ПК-26						
Б1.В.ОД.2	Конструирование рекламы	13	ПК-1	ПК-12	ПК-13	ПК-17	ПК-28							
Б1.В.ОД.3	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	13	ОК-4	ПК-9	ПК-10	ПК-11	ПК-18	ПК-26	ПК-33	ПК-34	ПК-35			
Б1.В.ОД.4	Интернет-реклама	13	ПК-1	ПК-12	ПК-13	ПК-28								

		Итого						Курс 1	Курс 2	Курс 3	Курс 4	Курс 5
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	ЗЕТ							
					Мин.	Макс.	Факт					
	Итого				231	249	240	43	55	49	56	37
	Итого по ООП (без факультативов)				231	249	240	43	55	49	56	37
	Итого по блоку Б1	74%	26%	31.3%	189	195	195	43	49	43	44	16
Б1	Дисциплины (модули)	74%	26%	31.3%	189	195	195	43	49	43	44	16
Б1.Б	Базовая часть				141	159	144	38	47	33	20	6
Б1.В	Вариативная часть				30	54	51	5	2	10	24	10
Б2	Практики				36	45	36		6	6	12	12
Б2.Б	Базовая часть											
Б2.В	Вариативная часть				36	45	36		6	6	12	12
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9					9
Б3.Б	Базовая часть				6	9	9					9
Б3.В	Вариативная часть											
ФТД	Факультативы											
	Доля ... занятий от аудиторных	лекционных					39.82%					
		в интерактивной форме					0%					
	Учебная нагрузка (час/нед)	ООП, факультативы					39.7	36.9	46.5	41.4	47.4	22.8
	Учебная аудиторная нагрузка (час/год)	ООП					159.5	180	136	166	156	
	Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)					2	6	7	4	3	
		ЗАЧЕТЫ (За)					10	5	2	3	2	
		ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					1	3	2	6	2	
		КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ (КП)										
		КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						2	2	1	1	
		КОНТРОЛЬНЫЕ (К)					13	12	9	12	6	
		ОЦЕНКИ ПО РЕЙТИНГУ (Оц)										
		РЕФЕРАТЫ (Реф)										
		ЭССЕ (Эс)										
	РГР (РГР)											

№	Индекс	Наименование	Сессия 1							Сессия 2							Итого за курс							Каф.	Курсы							
			Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов						ЗЕТ	Неделя					
				Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)							СРС	Контр.оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)					СРС	Контр.оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)					СРС	Контр.оль			
Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Дней	Контроль	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Дней	Контроль	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Неделя	Каф.	Курсы		
ИТОГО				798						21,75	23		750						20,75	16		1 548						43	42			
ИТОГО по ООП (без факультативов)				798						21,75			750						20,75			1 548						43				
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, ООП, факультативы (час/нед)																						37										
УЧЕБНАЯ АУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА, ООП (час/год)																						180										
ДИСЦИПЛИНЫ			(D)		D 59															D 720						D 298	ТО: 35 1/3□ ТО*: 35 1/3□					
			(Предельное)		207																	2 268						360				
			(План)	798	114	52		62	650	34	21,75		750	66	28		38	656	28	20,75		1 548	180	80		100		1 306	62	43		
1	Б1.Б.2	История	Экз К	144	8	4		4	127	9	4									Экз К	144	8	4		4	127	9	4		7	1	
2	Б1.Б.3	Иностранный язык	За К	44	12			12	28	4	1				6	90	4	2,75		За(2) К(2)	144	18			18	118	8	4		5	12	
3	Б1.Б.4	Правоведение	Экз К	144	8	4		4	127	9	4									Экз К	144	8	4		4	127	9	4		4	1	
4	Б1.Б.5	Экономическая теория		36	8	4		4	28		1				8	24	4	1		За К	72	16	8		8	52	4	2		27	12	
5	Б1.Б.6	Социология													16	8		2			72	16	8		8	56		2		13	12	
6	Б1.Б.7	Безопасность жизнедеятельности	За К	72	6	4		2	62	4	2									За К	72	6	4		2	62	4	2		25	1	
7	Б1.Б.8	Русский язык и культура речи		36	12	6		6	24		1					32	4	1		За К	72	12	6		6	56	4	2		13	1	
8	Б1.Б.9	Информатика		34	10	2		8	24		0,75					106	4	3		ЗаО К	110				8	130	4	4		26	1	
9	Б1.Б.10	Математика													12	4		2			72	12	4		8	60		2		3	12	
10	Б1.Б.11	Введение в специальность	За К	108	12	6		6	92	4	3									За К	108	12	6		6	92	4	3		13	1	
11	Б1.Б.12	Физическая культура	За К	72	6	4		2	62	4	2									За К	72	6	4		2	62	4	2		20	1	
12	Б1.Б.14	Основы связей с общественностью		36	12	8		4	24		1				8	4	3			За К	108	20	12		8	120	4	4		13	12	
13	Б1.Б.23	Основы маркетинга													8	4		1			36	8	4		4	28		1		11	12	
14	Б1.Б.34	Социальная психология		36	12	6		6	24		1					32	4	1		За К	72	12	6		6	56	4	2		13	1	
15	Б1.В.ОД.9	Журналистика													8	4		2			72	8	4		4	64		2		13	12	
16	Б1.В.ДВ.1.1	Семиотика		36	8	4		4	28		1					68	4	2		За К	108	8	4		4	96	4	3		13	1	
17	Б1.В.ДВ.1.2	Социология культуры		36	8	4		4	28		1					68	4	2		За К	108	8	4		4	96	4	3		13	1	
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Экз(2) За(4) К(6)							За(6) ЗаО К(7)							Экз(2) За(10) ЗаО К(13)															
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																																
КАНИКУЛЫ																												10				

№	Индекс	Наименование	Сессия 9							Сессия А							Итого за курс							Каф.	Курсы							
			Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов					ЗЕТ	Дней	Контроль	Часов						ЗЕТ	Неделя					
				Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)							СРС	Контр.оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)					СРС	Контр.оль	Всего	Контакт.р.(по уч.зан.)					СРС	Контр.оль			
Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Дней	Контроль	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Дней	Контроль	Всего	Всего	Лек	Лаб	Пр	СРС	Контр.оль	ЗЕТ	Неделя	Каф.	Курсы		
ИТОГО																																
ИТОГО по ООП (без факультативов)																																
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, ООП, факультативы (час/нед)																																
УЧЕБНАЯ АУДИТОРНАЯ НАГРУЗКА, ООП (час/год)																																
ДИСЦИПЛИНЫ			(D)																													
			(Предельное)																													
			(План)																													
1	Б1.Б.27	Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью	Экз КР	144						135	9	4								Экз КР	144					135	9	4			13	45
2	Б1.Б.32	Брендинг	ЗаО К	72						68	4	2								ЗаО К	72					68	4	2			13	45
3	Б1.В.ОД.3	Консалтинг в рекламе и связях с общественностью	За К	72						68	4	2								За К	72					68	4	2			13	45
4	Б1.В.ОД.5	Проектная деятельность в рекламе и связях с общественностью	Экз К	72						63	9	2								Экз К	72					63	9	2			13	45
5	Б1.В.ОД.6	Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью	ЗаО К	72						68	4	2								ЗаО К	72					68	4	2			13	45
6	Б1.В.ОД.8	Рекламный менеджмент	Экз К	108						99	9	3								Экз К	108					99	9	3			13	45
7	Б1.В.ДВ.4.1	Ярмарочно-выставочная деятельность	За К	36						32	4	1								За К	36					32	4	1			11	45
8	Б1.В.ДВ.4.2	Социология личности	За К	36						32	4	1								За К	36					32	4	1			13	45
ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			Экз(3) За(2) ЗаО(2) КР К(6)							Экз(3) За(2) ЗаО(2) КР К(6)																						
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА			(План)																													
Преддипломная практика																																
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА			(План)																													
Научно-исследовательская работа (Распр.)																																
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ																																
КАНИКУЛЫ																																