

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 № 5 от 28.01.2020

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: Очная

Срок получения образования: 2г

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

Реклама и связи с общественностью



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Новиков А.В.

2020 г.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2020

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по УР Ромашин В.Н./

Начальник УО Чердынцева М.В./

Декан Филатов С.А./

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							
1																																																											
11																																																											

Сводные данные

	Курс 1				Курс 2				Итого
	сем. 1	сем. 2	сем. 3	Всего	сем. 4	сем. 5	сем. 6	Всего	
Т	11	11	11	33	11	11		22	55
Э	1 5/6	1	1	3 5/6	1 5/6	3 2/6		5 1/6	9
П			6	6			8	8	14
Д							6	6	6
К		1 4/6	5 3/6	7 1/6		5/6	8	8 5/6	16
*	1/6 (1 дн)	1 2/6 (8 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	1/6 (1 дн)	1 2/6 (8 дн)	3/6 (3 дн)	2 (12 дн)	4 (24 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)	более 39 нед.				более 39 нед.				
Итого	13	15	24	52	13	16 3/6	22 3/6	52	104

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
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

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '42.04.01_РиСО_РБиУБ_2020_o.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2020

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
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.03(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			
	Баз. %	Вар. %	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем 1	Сем 2	Сем 3	Всего	Сем 4	Сем 5	Сем 6
				Мин.	Макс.	Факт								
Итого (с факультативами)				98		122	62	17	18	27	60	20	19	21
Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	17	18	25	60	20	19	21
Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	39	14	12	13	33	17	16	
Обязательная часть						29	23	14	4	5	6	3	3	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	16		8	8	27	14	13	
Практика	31%	69%	0%	30		39	21	3	6	12	18	3	3	12
Обязательная часть						12	3		3		9			9
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						27	18	3	3	12	9	3	3	3
Государственная итоговая аттестация				6	9	9					9			9
Факультативы				2	10	2	2			2				
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					54.4	-	50.8	54	54	-	58.1	54.9	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					36	-	29.5	54	54	-	44.2	24.3	
	в период гос. экзаменов						-				-			
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					18.1	-	16	14.2	17	-	22	21	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					935	-	165	143	176	-	231	220	
	Блок Б2					63	-	11	13	13	-	11	11	4
	Блок Б3					26	-				-			26
	Блок ФТД					44	-			44	-			
	Итого по всем блокам					1068	-	176	156	233	-	242	231	30
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						6	2	2	2	7	3	3	1
	ЗАЧЕТ (За)						8	2	3	3	5	2	2	1
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						6	2	2	2	6	3	2	1
	КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)						1		1		2	1	1	
	РЕФЕРАТ (Реф)						7	3	2	2	4	2	2	
	РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКАЯ РАБОТА (РГР)						3		1	2	6	3	3	
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) (%)							36.1%							