

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор

Новиков А.В.

20 19 г.

42.04.01

Реклама и связи с общественностью

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

Год начала подготовки (по учебному плану) 2019

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

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

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

Декан [Signature] / Филатов С.А./

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

Руководитель магистерской программы [Signature] / 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; ПК-3; ПК-5
Б1.О.01	Коммуникационный менеджмент	УК-1; УК-6; ОПК-5; ПК-3
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; ПК-5
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_2019_o.plx', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2019

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; 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
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-5
Б2.О.01(П)	Профессионально-творческая практика	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-6; ПК-4; ПК-5
Б2.О.02(П)	Научно-исследовательская работа	УК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7; ПК-1
Б2.О.03(П)	Преддипломная практика	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-2; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-5
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
Б2.В.01(П)	Организационно-управленческая практика	УК-2; УК-3; ПК-2; ПК-3
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	61	17	18	26	61	19	21	21
Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	17	18	25	60	18	21	21
Дисциплины (модули)	40%	60%	11.6%	60		72	39	14	12	13	33	15	18	
Обязательная часть						29	23	14	4	5	6	3	3	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						43	16		8	8	27	12	15	
Практика	69%	31%	0%	30		39	21	3	6	12	18	3	3	12
Обязательная часть						27	12	3	6	3	15	3	3	9
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						12	9			9	3			3
Государственная итоговая аттестация				6	9	9					9			9
Факультативы				2	10	2	1			1	1	1		
Учебная нагрузка (акад. час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					54	-	50.8	54	50.8	-	54.9	59.8	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					38	-	29.5	54	54	-	44.2	29.7	
	в период гос. экзаменов						-				-			
	Контактная работа					18.1	-	16	14.2	17	-	19	24	
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						6	2	2	2	7	3	3	1
	ЗАЧЕТЫ (За)						8	2	3	3	5	1	3	1
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						6	2	2	2	6	3	2	1
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1		1		2	1	1	
	РЕФЕРАТЫ (Реф)						7	3	2	2	4	1	3	
РГР (РГР)						3		1	2	6	3	3		
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)					36.1%									