

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО "Алтайский государственный университет"
Институт массовых коммуникаций, филологии и политологии

План одобрен ученым советом
университета

Протокол № 5/1 от 12.05.2020

42.04.01

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

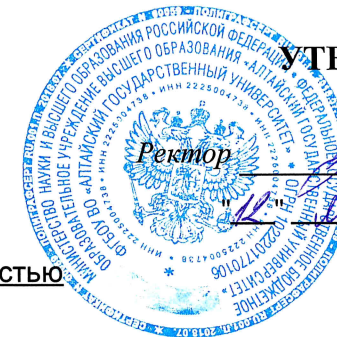
42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Экспертиза рекламных и PR-продуктов

Кафедра: Кафедра связей с общественностью и рекламы

Квалификация: магистр		
Программа подготовки: прикладная магистратура		
Форма обучения: Очная		
Срок получения образования: 2г		

+	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая
+	-	коммуникационная



УТВЕРЖДАЮ

Бочаров С.Н.

2020 г.

Год начала подготовки (по учебному плану) 2018

Образовательный стандарт (ФГОС) № 372 от 08.04.2015

	Индекс	Наименование	Форма контроля					з.е.	Итого акад.часов			Курс 1				Курс 2				Компетенции								
			Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КП	КР		Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Сем. 1			Сем. 2			Сем. 3			Сем. 4						
												з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	з.е.	Лек	Лаб	Пр	
Блок 1.Дисциплины (модули)																												
Базовая часть																												
	Б1.Б.01	Иностранный язык делового и профессионального общения		1				2	72	36	36	2			36													ОК-5; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6
	Б1.Б.02	Информационные технологии в междисциплинарном знании		1				2	72	36	36	2	8		28													ОК-7
	Б1.Б.03	Технологии производства рекламных продуктов	1					3	108	44	37	3	10		34													ОК-3; ОК-1
	Б1.Б.04	Технологии производства PR-продуктов			1			2	72	44	28	2	10		34													ОК-3; ОК-1
	Б1.Б.05	Моделирование рекламных и PR- кампаний	2					2	72	20	25					2	4		16									ОК-6; ОК-2
	Б1.Б.06	Экспертиза рекламных и PR-текстов		3				2	72	36	36									2	12		24					ОК-3
	Б1.Б.07	Правовая экспертиза рекламных и PR продуктов		2				2	72	28	44					2	8		20									ОК-2; ОК-8
	Б1.Б.08	Социологическая экспертиза рекламных и PR- продуктов	3					3	108	30	51									3	10		20					ОК-4; ОК-9
	Б1.Б.09	Методология научного исследования в рекламе и связях с общественностью					23	6	216	108	108	2	6		34	2			34	2			34					ОК-1; ОК-4; ОК-7
								24	864	382	401	11	34		166	6	12		70	7	22		28					
Вариативная часть																												
	Б1.В.01	Психологическая экспертиза рекламных и PR продуктов	2					3	108	34	47					3	10		24									ПК-17
	Б1.В.02	Социологические средства исследований массмедиа			2			3	108	44	64					3	10		34									ПК-12; ПК-17
	Б1.В.03	Психологические средства исследований массмедиа		2				2	72	30	42					2	6		24									ПК-12; ПК-17
	Б1.В.04	Правовое обеспечение массмедиа	2					4	144	54	63	2	6		26	2	6		16									ОК-8; ОК-9; ПК-19
	Б1.В.05	Управление качеством рекламы и PR	3					3	108	32	49									3	10		22					ПК-13; ПК-18
	Б1.В.06	Конфликтологическая экспертиза рекламы и PR продуктов	1					3	108	36	45	3	4	32														ПК-19
	Б1.В.07	Экспертиза товарных знаков			3			2	72	32	40									2	10		22					ПК-19
	Б1.В.08	Эффективность рекламы и PR	3					3	108	32	49									3	10		22					ПК-12
	Б1.В.09	Статистический анализ данных		3				2	72	30	42									2	8	22						ПК-17
	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1		1				4	144	36	108	4				36												
	Б1.В.ДВ.01.01	Технологии обеспечения медиабезопасности	1					4	144	36	108	4				36												ПК-13
	Б1.В.ДВ.01.02	Социальная диагностика и прогнозирование	1					4	144	36	108	4				36												ПК-18
	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2				1		4	144	46	71	4	8			38												
	Б1.В.ДВ.02.01	Управление проектами в массмедиа				1		4	144	46	71	4	8			38												ПК-13; ПК-19
	Б1.В.ДВ.02.02	Прикладной сетевой анализ				1		4	144	46	71	4	8			38												ПК-19
	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3		3				4	144	42	102									4	8		34					
	Б1.В.ДВ.03.01	Методы оценки репутационного капитала	3					4	144	42	102									4	8		34					ПК-17; ПК-19
	Б1.В.ДВ.03.02	Имиджелогия	3					4	144	42	102									4	8		34					ПК-12
	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4		3				3	108	32	76									3	8		24					
	Б1.В.ДВ.04.01	Репутационный менеджмент		3				3	108	32	76									3	8		24					ПК-18
	Б1.В.ДВ.04.02	Социальные сети как средство коммуникации		3				3	108	32	76									3	8		24					ОК-7; ПК-12
								40	1440	480	798	13	18	32	100	10	32		98	17	54	22	124					
								64	2304	862	1199	24	52	32	266	16	44		168	24	76	22	202					
Блок 2.Практики																												
Вариативная часть																												
	Б2.Б.01	Учебная практика			2			11	396	252	144	6				5												ОК-7; ПК-18
	Б2.Б.01.01(У)	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков			2			11	396	252	144	6				5												ОК-7; ПК-18
	Б2.Б.02	Производственная практика		4	234			36	1296	24	1272					9				6				21				ОК-2; ПК-12; ПК-13; ПК-17; ПК-18; ПК-19
	Б2.Б.02.01(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			24			21	756	14	742					9								12				ОК-2; ПК-12; ПК-13; ПК-17; ПК-18
	Б2.Б.02.02(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			3			6	216	4	212									6								ОК-2; ПК-12; ПК-13; ПК-17; ПК-18
	Б2.Б.02.03(Пд)	Преддипломная практика		4				9	324	6	318													9				ПК-12; ПК-18; ПК-19

Учебный план магистратуры 42.04.01 реклама и связи с общественностью: Экспертиза рекламных и PR-продуктов, год начала подготовки 2018

[illegible]

	Итого						Курс 1			Курс 2		
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4
				Мин.	Макс.	Факт						
Итого (с факультативами)				106	145	123	63	33	30	60	30	30
Итого по ОП (без факультативов)				105	135	120	60	30	30	60	30	30
Дисциплины (модули)	38%	62%	37.5%	54	66	64	40	24	16	24	24	
Базовая часть				12	26	24	17	11	6	7	7	
Вариативная часть				40	42	40	23	13	10	17	17	
Практики	0%	100%	0%	45	60	47	20	6	14	27	6	21
Вариативная часть				45	60	47	20	6	14	27	6	21
Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
Базовая часть				6	9	9				9		9
Факультативы				1	10	3	3	3				
Вариативная часть				1	10	3	3	3				
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					52	-	51.3	54	-	51.3	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					54	-	54	54	-	54	
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					21.8	-	25.4	25.6	-	15.6	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					862	-	350	212	-	300	
	Блок Б2					276	-	144	114	-	4	14
	Блок Б3					32	-			-		32
	Блок ФТД					12	-	12		-		
	Итого по всем блокам					1182	-	506	326	-	304	46
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Эк)						5	2	3	3	3	
	ЗАЧЕТЫ (За)						5	3	2	5	4	1
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						4	1	3	3	2	1
	КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ (КП)						1	1				
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1		1	1	1	
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					19.96%						
	в интерактивной форме					28.5%						