"УТВЕРЖДАЮ"

Ректор

(Проректор)

"_20_" ____________

Шифр направления:

Направление:

Образовательная программа:

Уровень: Магистр

Нормативный срок освоения ООП: 2 года

Форма обучения: Очная

Стандарт ВО: СУОС

Министерство науки и высшего образования РФ

ФГАОУ ВО "УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина"

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Номер учебного плана: **7203**

Номер версии учебного плана: **1**

42.04.01

Реклама и связи с общественностью

PR и реклама в интернет-маркетинге

Условия освоения ООП: **Полный срок**

Технология освоения ООП: **Традиционная**

Фактический срок освоения ООП: **2 года**

I. Примерный календарный учебный график

Курсы	Сентябрь 1–7	8–14	15–21	22–28	29–5	Октябрь 6–12	13–19	20–26	27–2	Ноябрь 3–9	10–16	17–23	24–30	Декабрь 1–7	8–14	15–21	22–28	29–4	Январь 5–11	12–18	19–25	26–1	Февраль 2–8	9–15	16–22	23–1	Март 2–8	9–15	16–22	23–29	30–5	Апрель 6–12	13–19	20–26	27–3	Май 4–10	11–17	18–24	25–31	Июнь 1–7	8–14	15–21	22–28	29–5	Июль 6–12	13–19	20–26	27–1	Август 2–8	9–15	16–22	23–31
I	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т		Э	Э	К	К	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К
II	Т	Т	Э	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П								К	К					П	П	П	П	П	П	П	П	П	П							К	К	К	К	К	К	К	К
III																																																				
IV																																																				
V																																																				
VI																																																			

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курсы	Теоретич. обуч.	Экзамен. сессия	Итог. аттестация	Учеб. практика	Практика другие	Диплом. работы	Гос. экзамены	Каникулы	Науч.-исслед. магист. диссерт.	Выходные и праздничные	Всего
I	35	6						10			51
II	2	1			22			10			35
III											
IV											
V											
VI											

Т- теоретическое обучение; К - каникулы; Э - зачетно-экзаменационная сессия; У - учебная практика; П - производственная практика; Г - государственный экзамен; Д - выпускная квалификационная работа

III. План учебного процесса

Одна зачетная единица: 36ч.

N п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Формы контроля: Экзамены	Зачеты	Курсовые проекты	Курсовые работы	Междисц. курс. проект	Интегр. экзамен	Проект по мод.	Зач. Пркт по мод.	Всего часов	Аудиторная: Всего	Лекции	Прак. занятия	Лаб. занятия	Самостоят. работа	I к. 1 (18)	2 (18)	II к. 3 (2)	4 (18)	III к. 5 (0)	6 (0)	IV к. 7 (0)	8 (0)	V к. 9 (0)	10 (0)	VI к. 11 (0)	12 (0)	ЗЕ Всего	Переаттестация	I к. 1	2	II к. 3	4	III к. 5	6	IV к. 7	8	V к. 9	10	VI к. 11	12
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
1	**Б1**	**Дисциплины (модули)**									**2196**	**387**	**68**	**319**		**1809**													**61**		**28**	**30**	**3**									
2	**Б1.Б**	**Обязательная часть**									**1008**																		**28**		**28**											
3	**М.1.1**	**Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями**									**504**	**108**	**16**	**92**		**396**													**14**		**14**											
5	1.1.1	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью		1							108	27	4	23		81	27												3		3											
6	1.1.2	Теория коммуникации	1								144	27	4	23		117	27												4		4											
7	1.1.3	Технологии рекламы и связей с общественностью в ...	1								144	27	4	23		117	27												4		4											
8	1.1.4	Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с ...		1							108	27	4	23		81	27												3		3											
9	**М.1.2**	**Прикладные аспекты международных коммуникаций**									**216**	**36**	**8**	**28**		**180**													**6**		**6**											
11	1.2.1	Интернет-коммуникации в международной сфере		1							108	18	4	14		90	18												3		3											
12	1.2.2	Межличностные эффективные коммуникации		1							108	18	4	14		90	18												3		3											
13	**М.1.3**	**Научные коммуникации**									**288**	**45**	**16**	**29**		**243**													**8**		**8**											
15	1.3.1	Методология научных исследований	1								144	27	12	15		117	27												4		4											
16	1.3.2	Трансфер научных знаний	1								144	18	4	14		126	18												4		4											
17	**Б1.В**	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**1188**																		**33**			**30**	**3**									
18	**М.1.4**	**Технологии PR и рекламы в Интернет**									**324**	**54**	**4**	**50**		**270**													**9**			**9**										
20	1.4.1	Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет	2								144	27		27		117		27											4			4										
21	1.4.2	Структура и содержание интернет-маркетинга	2								180	27	4	23		153		27											5			5										
22	**М.1.5**	**Методы анализа интернет-пространства**									**324**	**54**	**4**	**50**		**270**													**9**			**9**										
24	1.5.1	Веб-аналитика и мониторинговые исследования в Интернет	2								144	27		27		117		27											4			4										
25	1.5.2	Маркетинговый анализ больших данных	2								180	27	4	23		153		27											5			5										
26	**Б1.В.ВВ**	**По выбору студента**	**3**	**2**							**540**	**90**	**20**	**70**		**450**		**72**	**18**										**15**			**12**	**3**									
27	**Б2**	**Практика**									**1800**	**0**				**1800**													**60**			**2**	**27**	**21**								
28	**Б2.Б**	**Обязательная часть**									**1260**																		**35**			**2**	**27**	**6**								

29	М.2.1	**Практика (обязательная часть, PR и реклама в интернет-маркетинге)**									**1260**	**0**				**1260**													**35**			**2**	**27**	**6**								
31	2.1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	3-4	2							612	0				612													17			2	9	6								
32	2.1.2	Производственная практика, научно-исследовательская		3							432	0				432													12				12									
33	2.1.3	Производственная практика, профессионально-творческая		3							216	0				216													6				6									
34	Б2.В	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**540**																		**15**					**15**								
35	М.2.2	**Практика (PR и реклама в интернет-маркетинге)**									**540**	**0**				**540**													**15**					**15**								
37	2.2.1	Производственная практика, преддипломная	4								540	0				540													15					15								
38	Б3	**Государственная итоговая аттестация**									**324**	**0**				**324**													**9**					**9**								
39	Б3.Б	**Обязательная часть**									**324**																		**9**					**9**								
40	М.3.1	**Государственная итоговая аттестация (PR и реклама в интернет-маркетинге)**									**324**	**0**				**324**													**9**					**9**								
42	3.1.1	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы	4								324	0				324													9					9								
43	Б4	**Факультативы**									**432**	**116**	**16**	**100**		**316**													**12**		**9**	**3**										
44	Б4.В	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**432**																		**12**		**9**	**3**										
45	М.4.1	**Адаптационный модуль для лиц с ограниченными возможностями здоровья**									**216**	**44**	**12**	**32**		**172**													**6**		**3**	**3**										
47	4.1.1	Основы личностного роста		1							108	22	6	16		86	22												3		3											
48	4.1.2	Развитие ресурсов организма		2							108	22	6	16		86		22											3			3										
49	М.4.2	**Производство рекламного фильма**									**108**	**18**	**4**	**14**		**90**													**3**		**3**											
51	4.2.1	Производство рекламного фильма		1							108	18	4	14		90	18												3		3											
52	М.4.3	**Языковая коммуникация**									**108**	**54**		**54**		**54**													**3**		**3**											
54	4.3.1	Языковая коммуникация	1								108	54		54		54	54												3		3											
		Общая трудоемкость основной образовательной программы									4320	387	68	319	0	3933	10	10	9	0									**120**	**0**	**28**	**32**	**30**	**30**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
		Общая трудоемкость Обязательной части (Блок 1)									1008	189	40	149	0	819	10	0	0	0									**28**	**0**	**28**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
		Общая трудоемкость Части Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений									1188	198	28	170	0	990	0	10	9	0									**33**	**0**	**0**	**30**	**3**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
		Число курсовых проектов																																								
		Число курсовых работ																																								
		Число междисциплинарных курсовых проектов																																								
		Число проектов по модулю																																								
		Число интегрированных экзаменов																																								
		Число зачетов									8						4	2	2																							
		Число экзаменов									13						4	4	2	3																						
		Число контрольных работ																																								

Учебная практика			Производственная практика			Дипломирование			Государственные экзамены		
Наименование практ.	Сем.	Нед.	Наименование практ.	Сем.	Нед.	Наименование	Сем.	Нед.	Наименование	Сем.	Нед.
			Производственная практика, научно-исследоватеп	3,	8	Подготовка к защите и процедура защиты выпуск	4,	6			
			Производственная практика, научно-исследоватеп	3,4,2,	12						
			Производственная практика, преддипломная	4,	10						
			Производственная практика, профессионально-тво	3,	4						

Примечания:

1 Наименования дисциплин (модулей) формируемые участниками образовательных отношений отражаются в приложении учебного плана

2 Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации составляет 56.76 процентов от общего объема образовательной программы

Начальник отдела проектирования образовательных программ и организации учебного процесса ____________ Р.Х.Токарева

Директор Школы ____________ А.К.Клюев

Руководитель образовательной программы ____________ С.В.Кульпин

Приложение №1 к учебному плану
Номер учебного плана: **7203**
Номер версии учебного плана: **1**

Шифр направления:
Направление:
Образовательная программа:
Уровень: Магистр
Нормативный срок освоения ООП: 2 года
Форма обучения: Очная
Стандарт ВО: СУОС

42.04.01
Реклама и связи с общественностью
PR и реклама в интернет-маркетинге

Условия освоения ООП: **Полный срок**
Технология освоения ООП: **Традиционная**
Фактический срок освоения ООП: **2 года**

Формируемая участниками образовательных отношений и Формируемая участниками образовательных отношений по выбору студента

N п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Формы контроля								Объем работы в часах и виды учебной нагрузки						Распределение по семестрам												Зачетные единицы трудоемкости											
																	I к.		II к.		III к.		IV к.		V к.		VI к.											
																	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12										
																	Недель теор. обучения в семестре																					
																	18	18	2	18	0	0	0	0	0	0	0	0										
			Экзамены	Зачеты	Курсов. проекты	Курсов. работы	Межд дисц.курс.проек	Интегр. экзамен	Проект по мод.	Зач. Пркт по мод.	Всего часов	В т.ч. контактная работа	Аудиторная				Самостоят. работа	часов в неделю												Всего	Ператта стация	Распределение по семестрам											
													Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия															I к.		II к.		III к.		IV к.		V к.		VI к.	
																															1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Б1	Дисциплины (модули)									540		90	20	70		450												15			12	3								
2	Б1.В	Формируемая участниками образовательных отношений									540																		15			12	3								
3	Б1.В.ВВ	По выбору студента	3	2							540		90	20	70		450		72	18									15			12	3								
4	М.1.6	Стратегии PR и рекламы в Интернет									324		54	12	42		270												9			9								
6	1.6.1	Креатив и диджитал-стратегия продвижения		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
7	1.6.2	Отраслевой интернет-маркетинг		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
8	1.6.3	Работа с интернет-аудиторией		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
9	М.1.7	Прикладные аспекты PR и рекламы в Интернет									324		54	12	42		270												9			9								
11	1.7.1	Контент-маркетинг и копирайтинг в Интернет		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
12	1.7.2	Медиапланирование в интернет-маркетинге		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
13	1.7.3	Управление коммуникациями в социальных медиа		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
14	М.1.8	Особенности PR и рекламы на B2B интернет-рынке									216		36	8	28		180												6			3	3							
16	1.8.1	Инфографика больших данных		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
17	1.8.2	Работа с B2B-рынком в интернет-среде	3								108		18	4	14		90			18									3				3							
18	М.1.9	Особенности PR и рекламы на B2C интернет-рынке									216		36	8	28		180												6			3	3							
20	1.9.1	Анализ юзабилити и веб-дизайна интернет-ресурса		2							108		18	4	14		90		18										3			3								
21	1.9.2	Нативная реклама	3								108		18	4	14		90			18									3				3							

Начальник отдела проектирования образовательных программ и организации учебного процесса — Р.Х.Токарева

Директор Школы — А.К.Клюев

Руководитель образовательной программы — С.В.Кульпин