

"УТВЕРЖДАЮ"

Ректор  
(Проректор)

20 г.

16 МАР 2021

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

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

Номер учебного плана: 8097  
Номер версии учебного плана: 1

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

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

I. Примерный календарный учебный график

Table with columns for months (September to August) and rows for semesters (I to VI). It details the distribution of theoretical learning (Т), practical work (П), and other activities (К, Э, Д) across the academic year.

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.

Table detailing the curriculum plan. Columns include: N п/п, Индекс, Наименование дисциплины, Forms of control, Volume of work in hours, Distribution by semester (I to VI), and Credit units. It lists various subjects like 'Disciplines (modules)', 'Management of integrated marketing communications', and 'PR and advertising in the Internet'.



Приложение №1 к учебному плану  
 Номер учебного плана: 8097  
 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


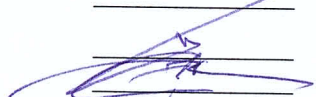

Условия освоения ООП: Полный срок  
 Технология освоения ООП: Традиционная  
 Фактический срок освоения ООП: 2 года

N п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Формируемая участниками образовательных отношений и Формируемая участниками образовательных отношений по выбору студента													Зачетные единицы трудоемкости																						
			Формы контроля							Объем работы в часах и виды учебной нагрузки					Распределение по семестрам						Всего	Первая сессия	Распределение по семестрам															
			Эк-за-ме-ны	За-че-ты	Кур-сов-про-ек-ты	Кур-сов-ра-бот-ы	Меж-дис-ци-п-ли-нар-ные про-ек-ты	Ин-тер-на-ци-она-льные экза-мены	Про-ек-т-ные ра-бот-ы	За-чет-ные ра-бот-ы	Всего часов	В т.ч. кон-такт-ная ра-бота	Аудиторная нагрузка				Распределение по семестрам						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
													Всего	Лек-ции	Прак-тиче-ские зан-ятия	Лаб-оратор-ные зан-ятия	Само-стоя-тель-ная ра-бота	I к.	II к.	III к.	IV к.	V к.													VI к.	I к.	II к.	III к.
														18	18	10	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
1	Б1	Дисциплины (модули)							540		96	20	76	444																								
2	Б1.В	Формируемая участниками образовательных отношений							540																													
3	Б1.В.ВВ	По выбору студента	3	2-3					540		96	20	76	444																								
4	М.1.7	Стратегии PR и рекламы в Интернет							324		54	12	42	270																								
6	1.7.1	Креатив и диджитал-стратегия продвижения		2					108		18	4	14	90		18																						
7	1.7.2	Отраслевой интернет-маркетинг		2					108		18	4	14	90		18																						
8	1.7.3	Работа с интернет-аудиторией		3					108		18	4	14	90		18																						
9	М.1.8	Прикладные аспекты PR и рекламы в Интернет							324		54	12	42	270																								
11	1.8.1	Контент-маркетинг и копирайтинг в Интернет		2					108		18	4	14	90		18																						
12	1.8.2	Медиапланирование в интернет-маркетинге		2					108		18	4	14	90		18																						
13	1.8.3	Управление коммуникациями в социальных медиа		3					108		18	4	14	90		18																						
14	М.1.9	Особенности PR и рекламы на B2B интернет-рынке							216		28	8	20	188																								
16	1.9.1	Инфографика больших данных		3					108		14	4	10	94		14																						
17	1.9.2	Работа с B2B-рынком в интернет-среде		3					108		14	4	10	94		14																						
18	М.1.10	Особенности PR и рекламы на B2C интернет-рынке							216		28	8	20	188																								
20	1.10.1	Анализ юзабилити и веб-дизайна интернет-ресурса		3					108		14	4	10	94		14																						
21	1.10.2	Нативная реклама		3					108		14	4	10	94		14																						

Начальник учебного отдела

Заместитель Директора Школы по образованию

Руководитель образовательной программы

  
 \_\_\_\_\_ П.Х.Токарева  
  
 \_\_\_\_\_ А.А.Яшин  
  
 \_\_\_\_\_ С.В.Кульпин