"УТВЕРЖДАЮ"

Ректор
(Проректор)
" 03 МАР 2022 " 20 г.

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

Министерство науки и высшего образования РФ

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Номер учебного плана: 8286
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 6 мес.**

I. Примерный календарный учебный график

Курсы	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь					Январь				Февраль				Март					Апрель				Май				Июнь					Июль				Август					экзамен. сессия	итог. аттестация	учеб. практика	другие практики	дипломн. работы	гос. экзамены	каникулы	самостоят. работа	магист. диссерт.	выходные и праздничные	Всего
	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24	1	8	15	22	29	5	12	19	26	2	9	16	23	2	9	16	23	30	6	13	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	2	9	16	23											
	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	1	8	15	22	1	8	15	22	29	5	12	19	26	3	10	17	24	31	7	14	21	28	5	12	19	26	1	8	15	22	31											
I	С	С	С	С	С	С	С	С	С	Э	С	С	С	С	С	С	С		В	К	К	Э	Э	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	Э	Э	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	6						12	32		1	51
II	С	С	С	С	Э	С	С	С	С	С	С	С	С	С	С	К	С		В	К	К	Э	Э	С	С	С	С	С	С	Э	С	С	С	С	С	С	С	С	Э	Э	С	С	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	6						13	31		1	51
III	С	С	С	С	С	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	С	С	С	В	Д	Д	Д	Д	Д	Д	К																																10	6		1	8		1	26
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

II.Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

III. План учебного процесса

Одна зачетная единица: 36ч.

N п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Формы контроля: Экзамены	Зачеты	Контр. работы	Курсов. проекты	Курсов. работы	Межд. курс. проект	Интегр. экзамен	Проект по мод.	Зач. Пркт по мод.	Всего часов	Объем работы в часах и виды учебной нагрузки: Аудиторная: Всего	Лекции	Прак. занятия	Лаб. занятия	Самостоят. работа	Распределение по семестрам (Недель теор. обучения в семестре / часов в семестр): I к. 1	2	II к. 3	4	III к. 5	6	IV к. 7	8	V к. 9	10	VI к. 11	12	Зачетные единицы трудоемкости: Всего	Переаттестация	Распределение по семестрам: I к. 1	2	II к. 3	4	III к. 5	6	IV к. 7	8	V к. 9	10	VI к. 11	12
																		18	18	18	18	18	0	0	0	0	0	0	0															
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
1	Б1	**Дисциплины (модули)**										**2628**	**182**	**50**	**132**		**2446**													**73**		**24**	**21**	**16**	**12**								
2	Б1.Б	**Обязательная часть**										**1332**																		**37**		**19**	**14**	**4**									
3	М.1.1	**Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями**										**504**	**48**	**16**	**32**		**456**													**14**		**7**	**7**										
5	1.1.1	Планирование и реализация кампаний по рекламе и		1								108	12	4	8		96	12												3		3											
6	1.1.2	Теория коммуникации	1									144	12	4	8		132	12												4		4											
7	1.1.3	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	2									144	12	4	8		132		12											4			4										
8	1.1.4	Управление агентством по рекламе и связям с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации		2								108	12	4	8		96		12											3			3										
9	М.1.2	**Прикладные аспекты международных коммуникаций**										**216**	**20**	**8**	**12**		**196**													**6**		**3**	**3**										
11	1.2.1	Интернет-коммуникации в международной сфере		2								108	10	4	6		98		10											3			3										
12	1.2.2	Межличностные эффективные коммуникации		1								108	10	4	6		98	10												3		3											
13	М.1.3	**Научные коммуникации**										**288**	**20**	**6**	**14**		**268**													**8**		**4**	**4**										
15	1.3.1	Методология научных исследований	1									144	10	4	6		134	10												4		4											
16	1.3.2	Трансфер научных знаний	2									144	10	2	8		134		10											4			4										
17		**Методы анализа интернет-пространства**										**324**	**20**	**6**	**14**		**304**													**9**		**5**		**4**										
19	.1	Веб-аналитика и мониторинговые исследования в Интернет	3									144	10	2	8		134			10										4				4									
20	.2	Маркетинговый анализ больших данных	1									180	10	4	6		170	10												5		5											
21	Б1.В	**Формируемая участниками образовательных отношений**										**1296**																		**36**		**5**	**7**	**12**	**12**								
22	М.1.5	**Проектная деятельность**										**432**	**0**				**432**													**12**			**3**	**6**	**3**								
24	1.5.1	Проектный практикум 1	2									108	0				108													3			3										
25	1.5.2	Проектный практикум 2	3									216	0				216													6				6									
26	1.5.3	Проектный практикум 3	4									108	0				108													3					3								

27	**М.1.6**	**Технологии PR и рекламы в Интернет**									**324**	**24**	**4**	**20**		**300**												**9**		**5**	**4**										
29	1.6.1	Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет	2								144	10		10		134		10										4			4										
30	1.6.2	Структура и содержание интернет-маркетинга	1								180	14	4	10		166	14											5		5											
31	**Б1.В.ВВ**	**По выбору студента**	**4**	**3-4**							**540**	**50**	**10**	**40**		**490**			**20**	**30**								**15**				**6**	**9**								
32	**Б2**	**Практика**									**1368**	**0**				**1368**												**38**			**3**	**8**	**12**	**15**							
33	**Б2.Б**	**Обязательная часть**									**828**																	**23**			**3**	**8**	**12**								
34	**М.2.1**	**Практика**									**828**	**0**				**828**												**23**			**3**	**8**	**12**								
36	2.1.1	Производственная практика, научно-исследовательская работа	4	2-3							396	0				396												11			3	2	6								
37	2.1.2	Производственная практика, научно-исследовательская		3							216	0				216												6				6									
38	2.1.3	Производственная практика, профессионально-творческая		4							216	0				216												6					6								
39	**Б2.В**	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**540**																	**15**						**15**								
40	**М.2.2**	**Практика**									**540**	**0**				**540**												**15**						**15**								
42	2.2.1	Производственная практика, преддипломная	5								540	0				540												15						15								
43	**Б3**	**Государственная итоговая аттестация**									**324**	**0**				**324**												**9**						**9**								
44	**Б3.Б**	**Обязательная часть**									**324**																	**9**						**9**								
45	**М.3.1**	**Государственная итоговая аттестация**									**324**	**0**				**324**												**9**						**9**								
47	3.1.1	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квалификационной работы	5								324	0				324												9						9								
48	**Б4**	**Факультативы**									**216**	**44**	**12**	**32**		**172**												**6**		**3**	**3**										
49	**Б4.В**	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**216**																	**6**		**3**	**3**										
50	**М.4.1**	**Адаптационный модуль для лиц с ограниченными возможностями здоровья**									**216**	**44**	**12**	**32**		**172**												**6**		**3**	**3**										
52	4.1.1	Основы личностного роста		1							108	22	6	16		86	22											3		3											
53	4.1.2	Развитие ресурсов организма		2							108	22	6	16		86		22										3			3										
		Общая трудоемкость основной образовательной программы									4320	182	50	132	0	4138	68	54	30	30								**120**	**0**	**24**	**24**	**24**	**24**	**24**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
		Общая трудоемкость Обязательной части (Блок 1)									1332	108	36	72	0	1224	54	44	10									**37**	**0**	**19**	**14**	**4**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
		Общая трудоемкость Части Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений									1296	74	14	60	0	1222	14	10	20	30								**36**	**0**	**5**	**7**	**12**	**12**	**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									12						2	3	4	3																					
		Число экзаменов									15						4	4	2	3	2																				
		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-исследовательск	3,	4	Подготовка к защите и процедура защиты выпускной квал	5,	6			
			Производственная практика, научно-исследовательск	4,2,3,	8						
			Производственная практика, преддипломная	5,	10						
			Производственная практика, профессионально-творч	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 54.05 процентов от общего объема образовательной программы

Начальник учебного отдела _____ Р.Х.Токарева

Директор института _____

Руководитель образовательной программы _____

Приложение №1 к учебному плану
Номер учебного плана: **8286**
Номер версии учебного плана: **1**

Шифр направления:
Направление:
Образовательная программа:
Уровень: Магистр
Нормативный срок освоения ООП: 2 года
Форма обучения: Заочная
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 6 мес.**

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

N п/п	Индекс	Наименование дисциплин	Формы контроля: Экзамены	Зачеты	Курсов. проекты	Курсов. работы	Междисц.курс.проек	Интегр. экзамен	Проект по мод.	Зач. Пркт по мод.	Объем работы в часах и виды учебной нагрузки: Всего часов	В т.ч. контактная работа	Аудиторная: Всего	Лекции	Практ. занятия	Лаб. занятия	Самостоят. работа	Распределение по семестрам: I к. 1	2	II к. 3	4	III к. 5	6	IV к. 7	8	V к. 9	10	VI к. 11	12	Зачетные единицы трудоемкости: Всего	Переаттестация	Распределение по семестрам: I к. 1	2	II к. 3	4	III к. 5	6	IV к. 7	8	V к. 9	10	VI к. 11	12
																		Недель теор. обучения в семестре																									
																		18	18	18	18	18	0	0	0	0	0	0	0														
																		часов в неделю																									
1	**Б1**	**Дисциплины (модули)**									**540**		**50**	**10**	**40**		**490**													**15**				**6**	**9**								
2	**Б1.В**	**Формируемая участниками образовательных отношений**									**540**																			**15**				**6**	**9**								
3	**Б1.В.ВВ**	**По выбору студента**	**4**	**3-4**							**540**		**50**	**10**	**40**		**490**			**20**	**30**									**15**				**6**	**9**								
4	**М.1.7**	**Стратегии PR и рекламы в Интернет**									**324**		**30**	**6**	**24**		**294**													**9**				**6**	**3**								
6	1.7.1	Креатив и диджитал-стратегия продвижения		3							108		10	2	8		98			10										3				3									
7	1.7.2	Отраслевой интернет-маркетинг		3							108		10	2	8		98			10										3				3									
8	1.7.3	Работа с интернет-аудиторией	4								108		10	2	8		98				10									3					3								
9	**М.1.8**	**Прикладные аспекты PR и рекламы в Интернет**									**324**		**30**	**6**	**24**		**294**													**9**				**6**	**3**								
11	1.8.1	Контент-маркетинг и копирайтинг в Интернет		3							108		10	2	8		98			10										3				3									
12	1.8.2	Медиапланирование в интернет-маркетинге		3							108		10	2	8		98			10										3				3									
13	1.8.3	Управление коммуникациями в социальных медиа	4								108		10	2	8		98				10									3					3								
14	**М.1.9**	**Особенности PR и рекламы на B2B интернет-рынке**									**216**		**20**	**4**	**16**		**196**													**6**					**6**								
16	1.9.1	Инфографика больших данных		4							108		10	2	8		98				10									3					3								
17	1.9.2	Работа с B2B-рынком в интернет-среде		4							108		10	2	8		98				10									3					3								
18	**М.1.10**	**Особенности PR и рекламы на B2C интернет-рынке**									**216**		**20**	**4**	**16**		**196**													**6**					**6**								
20	1.10.1	Анализ юзабилити и веб-дизайна интернет-ресурса		4							108		10	2	8		98				10									3					3								
21	1.10.2	Нативная реклама		4							108		10	2	8		98				10									3					3								

Начальник учебного отдела _____ Р.Х.Токарева

Директор института _____

Руководитель образовательной программы _____