






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 учебного отдела

Директор института

Руководитель образовательной программы



\_\_\_\_\_ Р.Х.Токарева

Приложение №1 к учебному плану  
 Номер учебного плана: 8124  
 Номер версии учебного плана: 3

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 международных коммуникациях

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	
			Эк-за-ме-ны	За-че-ты	Курс-ов. про-ек-ты	Курс-ов. ра-бот-ы	Меж-дис-ц. ку-рс. п-роект-ы	Ин-тегр-экза-мен	Про-ект по-мод.	Зач. Ппркт по-мод.	Всего часов	В т.ч. контак-тная работ-а	Аудиторная			Само-стоя-тель-ная ра-бота	Распределение по семестрам						Всего	Переат-тация						
													Все-го	Лек-ции	Прак. заня-тия		Лаб. заня-тия	1 к.	II к.	III к.	IV к.	V к.			VI к.					
			18	18	10	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0												
Неделя теор. обучения в семестре															Зачетные единицы трудоемкости															
часов в неделю															Распределение по семестрам															
															1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12				
1	Б1	Дисциплины (модули)																												
2	Б1.В	Формируемая участниками образовательных отношений																												
3	Б1.В.ВВ	По выбору студента	3	2-3																										
4	М.1.7	Построение эффективных международных коммуникаций																												
6	1.7.1	Анализ больших данных в международном маркетинге и коммуникациях	2																											
7	1.7.2	Психология глобальных коммуникаций		2-3																										
8	М.1.8	Социальные аспекты международных коммуникаций																												
10	1.8.1	Корпоративная культура		2																										
11	1.8.2	Стратегии изучения индивидуального и группового поведения		3																										
12	1.8.3	Технологии управления общественным мнением		2-3																										
13	М.1.9	Социально-культурные аспекты международных коммуникаций																												
15	1.9.1	Геобрендинг	3																											
16	1.9.2	Коммуникации в разных типах обществ		2																										
17	М.1.10	Политические аспекты международных коммуникаций																												
19	1.10.1	Международные политические коммуникации		2																										
20	1.10.2	Роль связей с общественностью в евразийской интеграции	3																											

Начальник учебного отдела

Директор института

Руководитель образовательной программы

  
 P.X.Токарева