Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шарипзянова Гюзель Харрясовна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 17.10.2023 17:06:16
Уникальный программный ключ:
6980ea40e36bba2f510aeab9a974e86e01652c64

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ОДОБРЕНО
Ученым советом университета
(протокол от 16.02.23 № 2)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе университета
Г.Х. Шарипзянова
Дата 16.02.2023

АКАДЕМИЧЕСКИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа
Форма обучения: Очно-заочная
Год набора: 2023/2024

Квалификация - бакалавр
Срок получения образования по стандарту - 4 года
Фактический срок обучения - 4 года 6 месяцев

1 График учебного процесса

Курсы	Сентябрь				29 IX 5 X	Октябрь			27 X 2 XI	Ноябрь				Декабрь				29 XII 4 I	Январь			26 I 1 II	Февраль			23 II 1 III	Март				30 III 5 IV	Апрель			27 IV 3 V	Май				Июнь				29 VI 5 VII	Июль			27 VII 2 VIII	Август				2 Сводные данные по бюджету времени в неделях								
	1 7	8 14	15 21	22 28		6 12	13 19	20 26		3 9	10 16	17 23	24 30	1 7	8 14	15 21	22 28		5 11	12 18	19 25		2 8	9 15	16 22		2 8	9 15	16 22	23 29		6 12	13 19	20 26		4 10	11 17	18 24	25 31	1 7	8 14	15 21	22 28		6 12	13 19	20 26		3 9	10 16	17 23	24 31	Теор. обучение	Рассредоточенная практика*	Экзамен. сессия	Учебн. практика	Произв. практика	Преддипломная практика	ГИА	Каникулы	ВСЕГО
	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	45	46	47	48	49	50	51	52									
1	–	–	–	–															Э	Э	Э	К															v	v	v	v	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	32	4	6	0	0	0	0	10	48
2																			Э	Э	Э	К																			Э	Э	Э	У	У	К	К	К	К	К	К	К	36	0	6	2	0	0	0	8	52
3																			Э	Э	Э	К																			Э	Э	Э	П	П	К	К	К	К	К	К	К	36	0	6	0	2	0	0	8	52
4																			Э	Э	Э	К																			Э	Э	Н	Н	Н	Н	К	К	К	К	К	К	36	0	5	0	4	0	0	7	52
5										Э	Э	Н	Н	Н	Н	ПД	ПД	ПД	ПД	ПД	ПД	Г	Г	Г	Г	К	К	К	К	К	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	9	0	2	0	4	6	4	5	30

Обозначения: ☐ Теоретическое обучение; Э Экзаменационная сессия; У Учебная практика; П Производственная практика; ПД Преддипломная практика; Г Государственная итоговая аттестация; К Каникулы; Н Научно-исследовательская работа; – Неделя отсутствует

3 План учебного процесса

Индекс	Наименование	Распределение по семестрам					Объем программы и ее блоков в з.е.	Общий объем учебной нагрузки, ак.час	Виды учебной нагрузки, ак.час					Распределение по курсам и семестрам, ауд. час.									
									Аудиторные занятия				СРС	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		5 курс	
		Экзамены	Зачёты	Дифференцированные зачёты	Курсовые работы	Курсовые проекты			Всего	Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия		1 семестр 14 недель	2 семестр 18 недель	3 семестр 18 недель	4 семестр 18 недель	5 семестр 18 недель	6 семестр 18 недель	7 семестр 18 недель	8 семестр 18 недель	9 семестр 9 недель	10 семестр 0 недель
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Б1	**Блок 1. Дисциплины (модули)**						205	7 380	2 386	710	1 634	42	4 994	220	288	288	288	290	292	288	288	144	
Б1.1	**Обязательная часть**						77	2 772	882	298	562	22	1 890	178	144	126	126	92	54	108	54		
Б1.1.1	История России	2	1				4	144	64	32	32		80	28	36								
Б1.1.2	Философия		2				2	72	18	8	10		54		18								
Б1.1.3	Иностранный язык	6	1, 3, 5	2, 4			10	360	104		104		256	14	18	18	18	18	18				
Б1.1.4	Цифровая грамотность		1				2	72	14	4	10		58	14									
Б1.1.5	Физическая культура и спорт		1				2	72	10		10		62	10									
Б1.1.6	Введение в проектную деятельность		1				2	72	14		14		58	14									
Б1.1.7	Социальная реклама и ее экологические аспекты		3				2	72	36	18		18	36			36							
Б1.1.8	Основы теории коммуникации	1					4	144	28	14	14		116	28									
Б1.1.9	Основы рекламы	1, 2					6	216	78	32	46		138	42	36								
Б1.1.10	Основы связей с общественностью	3, 4			4		7	252	72	24	48		180			36	36						
Б1.1.11.	**Модуль «Безопасность жизнедеятельности и военная подготовка»**						2	72	20	8	8	4	52					20					
Б1.1.11.1	Безопасность жизнедеятельности		5				1	36	12	4	4	4	24					12					
Б1.1.11.2	Основы военной подготовки		5				1	36	8	4	4		28					8					
Б1.1.12.	**Социология и психология**						8	288	72	28	44		216					18		54			
Б1.1.12.1	Психология		5				2	72	18	8	10		54					18					
Б1.1.12.2	Социология в рекламе и связях с общественностью	7					3	108	18	8	10		90							18			
Б1.1.12.3	Психология массовых коммуникаций		7				3	108	36	12	24		72							36			
Б1.13.	**Медиалогия**						26	936	352	130	222		584	28	36	36	72	36	36	54	54		
Б1.1.13.1	Основы медиалогии	3, 4	1, 2				10	360	136	56	80		224	28	36	36	36						
Б1.1.13.2	Управление рекламными процессами	5	4				6	216	72	24	48		144				36	36					
Б1.1.13.3	Основы медиаисследований	6, 7			7		6	216	72	24	48		144						36	36			
Б1.1.13.4	Технологии продаж		7, 8				4	144	72	26	46		72							18	54		
Б1.2	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**						128	4 608	1 504	412	1 072	20	3 104	42	144	162	162	198	238	180	234	144	
Б1.2.1.	**Модуль "Проекты и проектная деятельность"**						18	648	152		152		496		36	18	40	18	22	18			
Б1.2.1.1	Проектная деятельность		2, 3, 4, 5, 6, 7				14	504	116		116		388		18	18	22	18	22	18			
Б1.2.1.2	Управление проектами		2				2	72	18		18		54		18								
Б1.2.1.3	Основы технологического предпринимательства		4				2	72	18		18		54				18						
Б1.2.2.	**Технологии анализа данных**						21	756	208	76	132		548	28	54	36	18	36	36				
Б1.2.2.1	Математические методы в рекламе и связях с общественностью	2					3	108	18	8	10		90		18								
Б1.2.2.2	Информационные технологии медиаанализа	1, 2					6	216	64	32	32		152	28	36								
Б1.2.2.3	Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге	3, 4					6	216	54	12	42		162			36	18						
Б1.2.2.4	Базы данных в цифровых медиа	6	5				6	216	72	24	48		144					36	36				
Б1.2.3.	**Теория и практика коммуникаций**						15	540	198	56	142		342		18	36		36	36	36	36		
Б1.2.3.1	Теория и практика массовой информации		2				2	72	18	8	10		54		18								
Б1.2.3.2	Основы интегрированных коммуникаций	6	5				5	180	72	24	48		108					36	36				
Б1.2.3.3	Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью		3				2	72	36		36		36			36							
Б1.2.3.4	Медиапланирование	8	7				6	216	72	24	48		144							36	36		
Б1.2.4.	**Вербальный контент**						11	396	144	36	108		252				36	36	36	36			
Б1.2.4.1	Язык рекламных текстов	4					3	108	36	12	24		72				36						
Б1.2.4.2	Стилистические ресурсы рекламных обращений		5				3	108	36	12	24		72					36					
Б1.2.4.3	Основы копирайтинга	7	6				5	180	72	12	60		108						36	36			
Б1.2.5.	**Консалтинг в медиаиндустрии**						13	468	176	54	122		292	14					36	36	90		
Б1.2.5.1	Коммуникационный консалтинг	8	7				5	180	72	24	48		108							36	36		
Б1.2.5.2	Искусство презентации рекламных проектов		1				2	72	14		14		58	14									
Б1.2.5.3	Поведение потребителей		8				3	108	54	18	36		54								54		
Б1.2.5.4	Регулирование рекламной и PR-деятельности	6					3	108	36	12	24		72						36				
Б1.2.6.	**Контент-маркетинг**						22	792	270	80	190		522		36	36	36	36	36	36		54	
Б1.2.6.1	Основы визуальных коммуникаций	2, 4	3				9	324	108	26	82		216		36	36	36						
Б1.2.6.2	Контент в цифровых медиа	5, 6					6	216	72	24	48		144					36	36				
Б1.2.6.3	Управление контентом в социальных сетях	7					3	108	36	12	24		72							36			
Б1.2.6.4	Блоггинг	9					4	144	54	18	36		90									54	
Б1.2.7.	**Брендинг**						18	648	216	74	142		432					36	36	18	72	54	
Б1.2.7.1	Основы брендинга	5, 6					6	216	72	24	48		144					36	36				
Б1.2.7.2	Бренд-менеджмент	8	7				6	216	54	20	34		162							18	36		
Б1.2.7.3	Управление репутацией бренда		8				3	108	36	12	24		72								36		
Б1.2.7.4	Оценка эффективности бренда	9					3	108	54	18	36		54									54	
Б1.2.ЭД.	**Элективные дисциплины**						10	360	140	36	84	20	220			36	32				36	36	
Б1.2.ЭД.1	**Элективные дисциплины 1**						3	108	36	12	24		72			36							
Б1.2.ЭД.1.1	Офисный редактор в цифровой среде	3					3	108	36	12	24		72			36							
Б1.2.ЭД.1.2	Программные средства визуального редактирования в цифровой среде	3					3	108	36	12	24		72			36							
Б1.2.ЭД.2	**Элективные дисциплины 2**						5	180	72	12	60		108								36	36	
Б1.2.ЭД.2.1	Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет	9	8				5	180	72	12	60		108								36	36	
Б1.2.ЭД.2.2	Социальные медиа в мобильной цифровой среде	9	8				5	180	72	12	60		108								36	36	
Б1.2.ЭД.3	**Элективные дисциплины 3**						2	72	32	12		20	40				32						
Б1.2.ЭД.3.1	Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях		4				2	72	32	12		20	40				32						
Б1.2.ЭД.3.2	Материалы современных рекламоносителей		4				2	72	32	12		20	40				32						
Б2	**Блок 2. Практика**						29																
Б2.1	**Обязательная часть**						21																
Б2.1.1	Производственная практика (научно-исследовательская работа)			8, 9			12																
Б2.1.2	Производственная практика (преддипломная)			9			9																
Б2.2	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**						8																
Б2.2.1	Учебная практика (проектная)			2			2																
Б2.2.2	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)			4			3																
Б2.2.3	Производственная практика (профессионально-творческая)			6			3																
Б3	**Блок 3. Государственная итоговая аттестация**						6																
Б3.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						6																

Факультативные дисциплины**		Семестр	Объем в з.е.	Аудиторные занятия, ак.час			
				Всего	Лекции	Сем./Пр.	Лаб.
ФТД.1	Строевая подготовка	5	2	18		18	
ФТД.2	Основы российской государственности	1	2	16	4	12	
ФТД.3	Разработка рекламного и PR-продукта	6	2	24	12	12	

4 Сводные данные по объемам программы

Блок 1. Дисциплины, з.е.	205	Аудиторные занятия, ак.час в неделю	16	16	16	16	16	16	16	16	16	
Блок 2. Практика, з.е.	29	Число экзаменов	3	5	4	5	3	7	4	3	3	
Блок 3. ГИА, з.е.	6	Число зачётов	7	5	5	4	8	2	6	4		
Всего, з.е.	240	Число дифференцированных зачётов		2		2		1		1	2	
		Число курсовых работ				1			1			
		Число курсовых проектов										
		Объем программы, з.е. в семестр	23	28	23	30	25	28	27	26	30	

* В графике учебного процесса рассредоточенная практика обозначается соответствующей буквой в нижней части ячейки. Недели рассредоточенной практики включаются в количество недель теоретического обучения

** Форма промежуточной аттестации по факультативным дисциплинам – зачет

Начальник центра по учебно-методической работе

Декан факультета

Заведующий кафедрой