

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО Пензенский государственный университет
Юридический институт

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

План одобрен методическим советом вуза

Протокол № 6 от 18.03.2021

УТВЕРЖДАЮ
Ректор  Гуляков А.Д.
"19" МАРТА 2021 г.


Программа Реклама и связи с общественностью в государственном управлении и бизнесе
магистратуры:
Кафедра: ФСК

Квалификация: Магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2г

Год начала подготовки (по учебному плану) 2021

Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

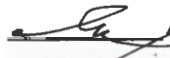
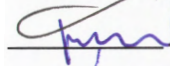
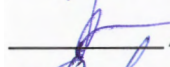
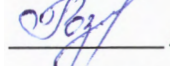
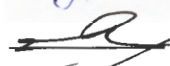
Проректор по УР

Начальник УМУ

Декан

Зав. кафедрой

Председатель МС

 / Механов В.Б./
 / Соловьев В.А./
 / Гошуляк В.В./
 / Розенберг Н.В./
 / Механов В.Б./

-	-	-	Форма контроля					з.е.	Итого акад.часов									Курс 1	Курс 2
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КП	КР	Факт	По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Лаб	Пр	ИнаяКонт	СР	Конт роль	з.е.	з.е.
М1.Дисциплины (модули)								84	3024	749.6	714	204	289	221	35.6	1950.4	324	56	28
Обязательная часть								59	2124	517.95	493	136	238	119	24.95	1354.05	252	31	28
+	M1.O.01	Иностранный язык профессионального общения		1	2			4	144	34.5	34		34		0.5	109.5		4	
+	M1.O.02	Современный медиатекст	1					4	144	37	34	17	17		3	71	36	4	
+	M1.O.03	Кросс-культурные коммуникации	3					5	180	54	51	17		34	3	90	36		5
+	M1.O.04	Управление коммуникационным агентством			1			4	144	34.25	34			34	0.25	109.75		4	
+	M1.O.05	Современные интернет-коммуникации	3	2				7	252	54.25	51	17	34		3.25	161.75	36	3	4
+	M1.O.06	Управление коммуникационными проектами		3				3	108	17.25	17		17		0.25	90.75			3
+	M1.O.07	Количественные и качественные исследования в рекламе и связях с общественностью			23			8	288	68.5	68		68		0.5	219.5		4	4
+	M1.O.08	Медиааналитика	2					4	144	37	34	17		17	3	71	36	4	
+	M1.O.09	Персональный брендинг	1					4	144	37	34	17	17		3	71	36	4	
+	M1.O.10	Продвижение в социальных медиа и блогосфере		3				3	108	17.25	17		17		0.25	90.75			3
+	M1.O.11	Современные социально-политические процессы			3			4	144	35.95	34	17		17	1.95	108.05			4
+	M1.O.12	Территориальный брендинг	3					5	180	54	51	17	34		3	90	36		5
+	M1.O.13	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере	1					4	144	37	34	17		17	3	71	36	4	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								25	900	231.65	221	68	51	102	10.65	596.35	72	25	
+	M1.B.01	Философия и методология научных исследований		2				3	108	35.95	34	17		17	1.95	72.05		3	
+	M1.B.02	Управление проектами		1				3	108	35.95	34	17		17	1.95	72.05		3	
+	M1.B.03	Управление общественным мнением			1			4	144	34.25	34		17	17	0.25	109.75		4	
+	M1.B.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере			2			4	144	34.25	34		17	17	0.25	109.75		4	
+	M1.B.05	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2					4	144	37	34	17	17		3	71	36	4	
+	M1.B.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	2					4	144	37	34	17		17	3	71	36	4	
+	M1.B.ДВ.01.01	Информационное сопровождение деятельности органов власти	2					4	144	37	34	17		17	3	71	36	4	
-	M1.B.ДВ.01.02	Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	2					4	144	37	34	17		17	3	71	36	4	

План Учебный план магистратуры '42.04.01 Реклама и связи с общественностью очн.plx', код направления 42.04.01, программа магистратуры : Реклама и связи с общественностью в госуда

-	-	-	Форма контроля					з.е.	Итого акад.часов								Курс 1	Курс 2	
Считать в плане	Индекс	Наименование	Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КП	КР	Факт	По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Лаб	Пр	ИнаяКо нт	СР	Конт роль	з.е.	з.е.
+	M1.B.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)		1				3	108	17.25	17			17	0.25	90.75		3	
+	M1.B.ДВ.02.01	Корпоративные коммуникации		1				3	108	17.25	17			17	0.25	90.75		3	
-	M1.B.ДВ.02.02	Корпоративная культура и командообразование		1				3	108	17.25	17			17	0.25	90.75		3	
M2.Практика								30	1080	109.5					109.5	970.5		3	27
Обязательная часть								27	972	108					108	864			27
+	M2.O.1.01(П)	Производственная практика (научно-исследовательская)			4			12	432	48					48	384			12
+	M2.O.1.02(П)	Производственная практика (преддипломная)			4			15	540	60					60	480			15
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								3	108	1.5					1.5	106.5		3	
+	M2.B.01(Н)	Производственная практика (научно-исследовательская работа)			2			3	108	1.5					1.5	106.5		3	
M3.Государственная итоговая аттестация								6	216	21					21	195			6
+	M3.01	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						6	216	21					21	195			6
ФТД.Факультативы								4	144	34.5	34			34	0.5	109.5		2	2
+	ФТД.01	Рекламные и PR-структуры в государственных учреждениях и бизнесе		2				2	72	17.25	17			17	0.25	54.75		2	
+	ФТД.02	Специфика PR в бизнес-процессах		3				2	72	17.25	17			17	0.25	54.75			2
		Итого з.е./Акад.часов (без факультативов)						120	4320	880.1	714	204	289	221	166.1	3115.9	324	59	61
		Недельная нагрузка в периодах обучения (акад.час/нед)																	
		Контактная работа (акад.час/нед)																	
		з.е. на курсах (без факультативов)																	