

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

"Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического
приборостроения"

УТВЕРЖДЕН

решением ученого совета ГУАП
от 22.06.2023, протокол № УС-05

Ректор ГУАП

Ю.А. Антохина

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Укрупненная группа направлений подготовки и специальностей:

код - 42.00.00

наименование - Средства массовой информации и
информационно-библиотечное дело

Форма обучения: заочная

Квалификация: бакалавр

Срок обучения: 4 года 11 месяцев

Направление

код - 42.03.01

наименование - Реклама и связи с общественностью

Прием 2021 года

Направленность

Реклама и связи с общественностью в социально-
политической сфере

I. Календарный учебный график

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Курс	сентябрь				октябрь				ноябрь				декабрь				январь				февраль				март				апрель				май				июнь				июль				август				Теоретич. обучение	Экзамен. сессия	Практики	ГИА	Каникулы	ВСЕГО	Курс
	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							
1					30 15 недель														Сессия 3 нед	Кан. 2 нед	30 6 нед				Прак. 2 нед	30 8 нед				Сессия 3 нед	30 2 нед	Каникулы 7 нед				31	6	2	0	9	48	1													
2	30 19 недель																	Сессия 3 нед	Кан. 2 нед	30 16 недель														Сессия 3 нед	30 2 нед	Каникулы 7 нед				37	6	0	0	9	52	2									
3	30 19 недель																	Сессия 3,5 нед	К. 1,5н	30 12,5 недель						Сессия 3,5 нед	30 5 нед				Каникулы 7 нед				36,5	7	0	0	8,5	52	3														
4	30 19 недель																	Сессия 3,5 нед	К. 1,5н	30 6 нед				Практика 4 нед		30 2,5 нед	Сессия 3,5 нед	30 5 нед				Каникулы 7 нед				32,5	7	4	0	8,5	52	4													
5	30 19 недель																	Сессия 3,5 нед	К. 1,5н	Преддипл. практика 16 недель						ГИА 6 нед						Каникулы 7 нед				19	3,5	16	6	7,5	52	5													
Итого:																											156	29,5	22	6	42,5	256																							

III. План учебного процесса

Каф.	№	Код	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по семестрам (номера семестров)				Конт. раб.	Итого				Распределение академических часов по видам занятий							Распределение 3.Е. по курсам и семестрам									
													Аудиторные					СРС	Экз.	1 курс		2 курс		3 курс		4 курс		5 курс	
				Экз.	Зач./Зач. с оценкой*	КП	КР		Лек.	ПР	ЛР	КП, КР	Всего	1сем.	2сем.	3сем.	4сем.			5сем.	6сем.	7сем.	8сем.	9сем.	10сем.				
																										количество недель в семестрах			
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
Б.1 Дисциплины (модули)																													
			Обязательная часть																										
61	1	Б.1.Б.1	Философия	2				1	4	144		9	6	2			8	127	9		4								
61	2	Б.1.Б.2	История (история России, всеобщая история)	1				1	5	180		9	6	2			8	163	9	5									
63	3	Б.1.Б.3	Иностранный язык	4	1,2,3			4	12	432		33		32			32	391	9	2	2	3	5						
6	4	Б.1.Б.4.1	Безопасность жизнедеятельности		2			1	3	108		8	4	2	2		8	100			3								
ВЦ	5	Б.1.Б.4.2	Основы военной подготовки		6*			1	3	108		8	2	2			4	104						3					
			Физическая культура и спорт																										
64	6	Б.1.Б.5	Физическая культура		1			1	2	72		6	4	2			6	66		2									
63	7	Б.1.Б.6	Русский язык и культура речи	2				1	3	108		17	6	10			16	83	9		3								
61	8	Б.1.Б.7	Социология		5			1	3	108		12	6	6			12	96					3						
82	9	Б.1.Б.8.1	Информатика	1				1	7	252		19	10		8		18	225	9	7									
82	10	Б.1.Б.8.2	Информационные технологии	2	3			2	8	288		37	16	4	16		36	243	9		5	3							
33	11	Б.1.Б.8.3	Основы информационной безопасности	8				1	3	108		17	8		8		16	83	9								3		
62	12	Б.1.Б.9	Теория и практика рекламы		1			1	3	108		8	4	4			8	100		3									
61	13	Б.1.Б.10	Профессиональная этика и этикет	4				1	4	144		17	8		8		16	119	9				4						
61	14	Б.1.Б.11	Конфликтология		4*			1	3	108		16	8	8			16	92					3						
1	15	Б.1.Б.12	Математика	1				1	5	180		17	8	8			16	155	9	5									
62	16	Б.1.Б.13	Маркетинг в профессиональной деятельности	4			4		4	144		21	8	12			20	115	9				4						
62	17	Б.1.Б.14	Психология массовых коммуникаций	4				1	4	144		17	6	10			16	119	9				4						
62	18	Б.1.Б.15	Социальная психология	3				1	3	108		17	8	8			16	83	9			3							
62	19	Б.1.Б.16	Теория и практика массовой информации	5				1	4	144		25	12	12			24	111	9					4					
85	20	Б.1.Б.17	Правовое регулирование рекламы и PR деятельности		8			1	3	108		12	6	6			12	96									3		
62	21	Б.1.Б.18	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	9				1	4	144		21	10	10			20	115	9									4	
62	22	Б.1.Б.19	Основы теории коммуникации	2				1	3	108		21	8	12			20	79	9		3								
63	23	Б.1.Б.20	Иностранный язык профессионального общения	7	6			2	7	252		17		16			16	227	9						3	4			
62	24	Б.1.Б.21	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	7,8				2	8	288		50	20	20	8		48	222	18							4	4		

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
62	25	Б.1.Б.22	Социология массовых коммуникаций	6	7		7	1	5	180		23	8	14			22	149	9						4	1			
62	26	Б.1.Б.23	Деловые коммуникации		5			1	3	108		16	8	8			16	92						3					
62	27	Б.1.Б.24	Организация связей с общественностью	6				1	4	144		17	8	8			16	119	9						4				
85	28	Б.1.Б.25	Правоведение		6			1	3	108		8	4	4			8	100							3				
82	29	Б.1.Б.26	Менеджмент в профессиональной деятельности	3				1	5	180		17	8	8			16	155	9			5							
			Итого:	21	15		2	34	128	4608		515	210	230	50		490	3929	189										
			Часть, формируемая участниками образовательных отношений																					3					
82	30	Б.1.В.1	Статистика		5			1	3	108	8	12	4	8			12	96											
62	31	Б.1.В.2	Культурология		3			1	3	108		8	6	2			8	100				3							
81	32	Б.1.В.3	Бухгалтерский учет и аудит	6				1	5	180	12	21	8	8	4		20	151	9						5				
62	33	Б.1.В.4	Медиакоммуникации в социально-политической сфере	9				1	4	144	10	21	10	10			20	115	9									4	
62	34	Б.1.В.5	Современная прессслужба		8			1	3	108	8	16	8	8			16	92									3		
62	35	Б.1.В.6	Политическая аналитика в журналистике	9			9		4	144	12	21	8	12			20	115	9									4	
82	36	Б.1.В.7	Спонсоринг		8			1	2	72	6	12	6	6			12	60									2		
62	37	Б.1.В.8	Дизайн в рекламе	7				1	4	144	12	25	12		12		24	111	9							4			
62	38	Б.1.В.9	Реклама и связи с общественностью в политике	8				1	3	108	10	21	10	10			20	79	9								3		
62	39	Б.1.В.10	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	5			5		4	144	12	21	8	12			20	115	9					4					
			Физическая культура и спорт																										
64	40	Б.1.В.11	Прикладная физическая культура (элективный модуль)		4			1		328		4		4			4	324											
84-	41	Б.1.В.12	Экономика	1				1	5	180		17	8	8			16	155	9	5						5			
82	42	Б.1.В.13	Язык рекламы и PR-тексты	6				1	5	180	12	19	6	6	6		18	153	9									3	
62	43	Б.1.В.14	Кризисный PR		9			1	3	108	8	16	8	8			16	92											
62	44	Б.1.В.15	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5				1	4	144	8	17	8	8			16	119	9					4					
62	45	Б.1.В.16	Технология управления общественным мнением	7				1	4	144	12	21	8		12		20	115	9							4			
62	46	Б.1.В.17	Коммуникационный менеджмент	9				1	4	144	16	25	8	16			24	111	9									4	
61	47	Б.1.В.18	Интеллектуальные системы в гуманитарной сфере		6			1	3	108	8	12	4	4	4		12	96							3				
62	48	Б.1.В.ДВ.1	История и теория медиа	3				1	4	144	8	17	8	8			16	119	9			4							
62			Интегрированные коммуникации								8																		
62	49	Б.1.В.ДВ.2	Управление брендом средствами рекламы и связей с общественностью		7			1	3	108	8	16	8	8			16	92									3		
62			Технология общественной коммуникации								8																		

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
			Итого:	12	8		2	18	70	2848		342	146	146	38		330	2410	108										
			Итого по блоку:	33	23		4	52	198	7456		857	356	376	88		820	6 339	297										
Б.2 Практика																													
			Обязательная часть																										
62	50	Б.2.Б.1	Учебная профессионально-ознакомительная практика		2*				3	108	80	4									3								
			Итого:		1				3	108		4																	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																													
62	51	Б.2.В.1	Производственная профессионально-творческая практика		8*				6	216	160	4															6		
62	52	Б.2.В.2	Производственная преддипломная практика		10*				24	864	640	4																24	
			Итого:		2				30	1080		8																	
			Итого по блоку:		3				33	1188		12																	
Б.3 Государственная итоговая аттестация																													
	53	Б.3	Государственная итоговая аттестация						9	324		14																	9
			Итого по блоку:						9	324		14																	
ФТД Факультативные дисциплины																													
62	54	ФТД.1	Профессиональное общение: альтернатива научному		5				1	36	4	4		4			4	32						1					
62	55	ФТД.2	Современные тенденции в развитии рекламы и связей с общественностью		6				2	72		4	4				4	68						2					
43	56	ФТД.3	ИТ-модуль "Цифровой маркетинг и медиа"		5,6*				7	252		2	6	14			20	232					3	4					
		ИТОГО:	Число З.Е./часов по ОП (без факультативов)						240	8968		883								29	23	21	20	21	30	20	24	19	33
			Число контрольных работ					52																					
			Число курсовых работ				4																						
			Число курсовых проектов																										
			Число зачетов		26																								
			Число экзаменов	33																									

Примечание:

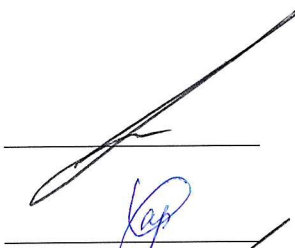
Матрица компетенций приведена в Приложении

IV. Практики			V. Государственная итоговая аттестация	
Наименование видов практик	Сем.	З.Е.	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
Учебная практика	2	3		
Производственная практика	8,10	30		

Составил(и)

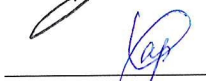
Ответственный за ОП

проф.,д.э.н.



К.В. Лосев

Сотрудник УМО



Ж.С. Каримова

Зав. кафедрой №62

проф.,д.э.н.



К.В. Лосев

Руководитель направления

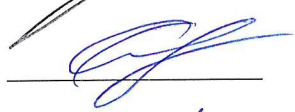
проф.,д.э.н.



К.В. Лосев

Директор ИНДО

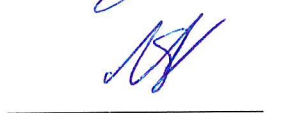
доц.,д.т.н.



С.В. Мичурин

Председатель
методической комиссии

доц.,к.т.н.



В.А. Матяш

Начальник УМО

к.э.н.



О.Л. Соколова

Матрица компетенций

Направление: Реклама и связи с общественностью Направленность: Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере
 Форма обучения: заочная Год: 2021 Институт ИНДО Кафедра: 62
 Типы задач профессиональной деятельности: проектный, маркетинговый, организационный

[illegible]

[illegible]

Код	Наименование дисциплины	Код компетенции																									
ФТД.2	Современные тенденции в развитии рекламы и связей с общественностью	ПК-3	ПК-4	ПК-6																							
ФТД.3	ИТ-модуль "Цифровой маркетинг и медиа"	УК-6																									
Б.2.Б.1	Учебная профессионально-ознакомительная практика (2 сем.)	УК-6	ОПК-1	ОПК-3	ПК-1	ПК-2	ПК-4	ПК-6																			
Б.2.В.1	Производственная профессионально-творческая практика (8 сем.)	УК-6	ПК-4	ПК-6																							
Б.2.В.2	Производственная преддипломная практика (10 сем.)	УК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-4	ПК-5	ПК-6																				
Б.3	Государственная итоговая аттестация	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	УК-7	УК-8	УК-9	УК-10	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7		