



### III. План учебного процесса

Каф.	№	Код	Наименование дисциплины	Распределение форм промежуточной аттестации по семестрам (номера семестров)				Итого				Распределение академических часов по видам занятий						Распределение З.Е. по курсам и семестрам						
				Экз.	Зач./Зач. с оценкой*	КП	КР	З.Е.	Час.	Часы практ. подг.	Контакт. раб., час..	Аудиторные					СРС	Экз.	1 курс		2 курс			
												Лек.	ПР	ЛР	КП, КР	Всего			количество недель в семестрах	1 сем.	2 сем.	3 сем.	4 сем.	
																				17	17	17	23	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23		
<b>Б.1 Дисциплины (модули)</b>																								
<b>Обязательная часть</b>																								
61	1	Б.1.Б.1	Методология и организация научных исследований		1			3	108		17		17			17	91		3					
63	2	Б.1.Б.2	Иностранный язык (профессиональный)	1				4	144		18		17			17	73	54	4					
63	3	Б.1.Б.3	Современный русский язык	1				4	144		35		34			34	74	36	4					
82	4	Б.1.Б.4	Цифровые технологии в рекламе и PR		1			3	108		51	17	34			51	57		3					
62	5	Б.1.Б.5	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	1				4	144		35	17	17			34	74	36	4					
62	6	Б.1.Б.6	Технологии коммуникаций с целевыми аудиториями		2			3	108		34		34			34	74			3				
63	7	Б.1.Б.7	Особенности иностранной лексики в сфере научного PR и рекламы	2				4	144		35		34			34	56	54		4				
			<b>Итого:</b>	4	3			25	900		225	34	187			221	499	180						
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>																								
62	8	Б.1.В.1	Научный семинар		1,2,3			3	108	51	51		51			51	57		1	1	1			
62	9	Б.1.В.2	Управление коммуникационными проектами	1				4	144	22	35		34			34	74	36	4					
62	10	Б.1.В.3	Инновационный менеджмент	2				5	180	11	52	17	34			51	75	54		5				
82	11	Б.1.В.4	Интернет предпринимательство в рекламе и PR	2				4	144	8	35	17	17			34	74	36		4				
62	12	Б.1.В.5	Основы медиапланирования		3			3	108	11	34	17	17			34	74						3	
62	13	Б.1.В.6	Социокультурное проектирование	3				4	144	22	35		34			34	74	36					4	
62	14	Б.1.В.7	Социально-инновационные проекты	3				5	180	22	52	17	34			51	93	36					5	
62	15	Б.1.В.8	Анализ рынка отраслевых СМИ		3			3	108		34	34				34	74						3	
62	16	Б.1.В.ДВ.1	Копирайтинг	2				5	180	34	35		34			34	92	54		5				
62			Работа с текстами в рекламе и PR							34														
62	17	Б.1.В.ДВ.2	Разработка и реализация коммуникационной стратегии	3				5	180	17	52	17	34			51	75	54					5	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
62			Инновационные маркетинговые коммуникации							13												
			<b>Итого:</b>	7	5			41	1476		415	119	289			408	762	306				
			<b>Итого по блоку:</b>	11	8			66	2376		640	153	476			629	1 261	486				
<b>Б.2 Практика</b>																						
<b>Обязательная часть</b>																						
62	18	Б.2.Б.1	Производственная практика научно-исследовательская работа		1*,2*,3*			18	648	19	102		102			102	546		6	6	6	
62	19	Б.2.Б.2	Производственная преддипломная практика		4*			12	432	320	4											12
			<b>Итого:</b>		4			30	1080		106		102			102	546					
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>																						
62	20	Б.2.В.1	Производственная профессионально-творческая практика		2*			3	108	17	34		34			34	74			3		
62	21	Б.2.В.2	Производственная научно-исследовательская практика		4*			12	432	320	4											12
			<b>Итого:</b>		2			15	540		38		34			34	74					
			<b>Итого по блоку:</b>		6			45	1620		144		136			136	620					
<b>Б.3 Государственная итоговая аттестация</b>																						
	22	Б.3	Государственная итоговая аттестация					9	324		18											9
			<b>Итого по блоку:</b>					9	324		18											
<b>ФТД Факультативные дисциплины</b>																						
62	23	ФТД.1	Креативность рекламы и связей с общественностью		1			1	36		17	17				17	19		1			
62	24	ФТД.2	Современные проблемы рекламного бизнеса и PR		3			1	36		17	17				17	19				1	
		<b>ИТОГО:</b>	Число З.Е./часов по ОП (без факультативов)					120	4320		802								30	31	27	33
			Число курсовых работ																			
			Число курсовых проектов																			
			Число зачетов		14																	
			Число экзаменов	11																		

**Примечание:**

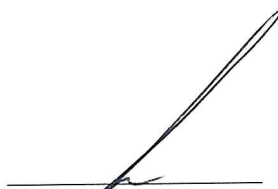
Матрица компетенций приведена в Приложении 1

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
Производственная практика	1,2,3,4	45		

Составил(и)

Ответственный за ОП

проф., д.э.н.



К.В. Лосев

Сотрудник УМО



Б.С. Каримова

Зав. кафедрой №62

проф., д.э.н.



К.В. Лосев

Руководитель направления

проф., д.э.н.



К.В. Лосев

Декан факультета №6

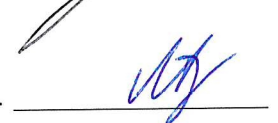
проф., д.э.н.



К.В. Лосев

Председатель  
методической комиссии

доц., к.т.н.



В.А. Матяш

Начальник УМО

к.э.н.



О.Л. Соколова



Код	Наименование дисциплины	Код компетенции															
		УК-1	УК-2	УК-3	ПК-1	ПК-3											
	Инновационные маркетинговые коммуникации	УК-1	УК-2	УК-3	ПК-1	ПК-3											
ФТД.1	Креативность рекламы и связей с общественностью	УК-3	ПК-1	ПК-3													
ФТД.2	Современные проблемы рекламного бизнеса и PR	УК-3	ПК-3														
Б.2.Б.1	Производственная практика научно-исследовательская работа (1,2,3 сем.)	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ПК-2												
Б.2.Б.2	Производственная преддипломная практика (4 сем.)	УК-2	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5	ПК-1	ПК-2	ПК-3								
Б.2.В.1	Производственная профессионально-творческая практика (2 сем.)	УК-2	УК-3	ПК-1	ПК-3												
Б.2.В.2	Производственная научно-исследовательская практика (4 сем.)	УК-1	ПК-2														
Б.3	Государственная итоговая аттестация	УК-1	УК-2	УК-3	УК-4	УК-5	УК-6	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6	ОПК-7	ПК-1	ПК-2	ПК-3