

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГАОУ ВО Казанский (Приволжский) федеральный университет
ФГАОУ ВО КФУ
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций



Проректор Д.А. Таюрский

15 апреля 2015 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

подготовки магистров

42.04.01

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Геобрендинг

Кафедра: связей с общественностью и прикладной политологии

Виды деят.: организационно-управленческая; коммуникационная; проектная; информационно-аналитическая и прогнозно-аналитическая; научно-исследовательская и педагогическая;

Квалификация: магистр
Программа подготовки: академ. магистратура
Форма обучения: очная
Срок обучения: 2г

Год начала подготовки 2015

Образовательный стандарт _____

Согласовано

Начальник Учебного отдела

Директор

Зав. кафедрой

Руководитель магистерской программой

[Signature] / Мубаракшина А.Р./

[Signature] / Щелкунов М.Д./

[Signature] / Морозова Г.В./

[Signature] / Сидельникова Т.Т./

2

закрыт
15.04.15

1. Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март					Апрель				Май				Июнь				Июль				Август										
	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31					
	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					
I														У	У	У	У	У	У	У	У	Э	Э	Э	К	К	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	П	П	П	П	Э	Э	Э	К	К							Э	Э	П	П	П	П	П	П	П	П	П	П	Г	Г	Г	Д	Д	Д	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К

2. Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 1	сем. 2	Всего	
	Теоретическое обучение	12	10	22	9 2/6	6	15 2/6	37 2/6
Э	Экзаменационные сессии	3	3	6	3	2	5	11
У	Учебная практика (концентр.)	6		6				6
У	Учебная практика (рассред.)							
Н	Научно-исслед. работа (концентр.)							
Н	Научно-исслед. работа (рассред.)		8	8	4 4/6		4 4/6	12 4/6
П	Производственная практика (концент)				4	8	12	12
П	Производственная практика (рассред.)							
Д	Подготовка магистерской диссертации					3	3	3
Г	Гос. экзамены и/или защита диссорта					3	3	3
К	Каникулы	2	8	10	2	7	9	19
Итого		23	29	52	23	29	52	104
Студентов								
Групп								

Индекс	Наименование	Формы контроля		Всего часов										ЗЕТ		Распределение по курсам и семестрам																				Часы в ЗЕТ	ЗЕТ в нед.	Итого часов в интегрированной форме	Итого часов в электронной форме	Зачисленные студенты			
		Экспертные	Зачеты с оценкой	в том числе										Экспертное	Факт	Курс 1										Курс 2																	
				из них					Контроль	Экспертное	Факт	Семестр 1 (12 нед)					Семестр 2 (18 нед)					Всего	ЗЕТ	Семестр 3 (14 нед)					Семестр 4 (6 нед)														
		Ауд	Лек	Лаб	Пр	КСР	КСР	КСР				КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР			КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР	КСР								
4	Итого	11	12	4320	4320	690	90	76	492		1974	360	120	120	60	26	18	172		432	144	28	34	116		362	72	60	36	8	118		324	54	16	86	204	90	-	-	-		
6	Итого по ООП (без факультатива)	11	12	4320	4320	690	90	76	492		1974	360	120	120	60	26	18	172		432	144	28	34	116		362	72	60	36	8	118		324	54	16	86	204	90	-	-	-		
8	Б=37% В=63% ДВ(от В)=43.9%					28%	14%	12%	75%	0%	56%	15%																															
9	Итого по циклам	11	12	2340	2340	658	90	76	492		1322	360	65	65	39	26	18	172		432	144	28	34	116		362	72	26	36	8	118		324	54	16	86	204	90	-	-	-		
11	Б=37% В=63% ДВ(от В)=43.9%					28%	14%	12%	75%	0%	56%	15%																															
12	Б1. Дисциплины (модули)	11	12	2340	2340	658	90	76	492		1322	360	65	65	39	26	18	172		432	144	28	34	116		362	72	26	36	8	118		324	54	16	86	204	90	-	-	-		
14	Б1.Б. Базовая часть	4	5	854	854	260	64	44	152		469	135	24	24	18	18	18	72		180	72	10	26	44		172	36	6	36		36		117	27									
15	Б1.Б.1 Иностранный язык		1	72	72	36			36		36																																
18	Б1.Б.2 Методологические проблемы современной науки		1	72	72	36	18		18		36																																
21	Б1.Б.3 Основы научных исследований в профессиональной сфере		1	108	108	18			18		54	36	3	3	3																												
24	Б1.Б.4 Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах		1	108	108	18		18		54	36	3	3	3		18																											
27	Б1.Б.5 Управление агентствами рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации		2	108	108	18		10	8	54	36	3	3	3																													
30	Б1.Б.6 Планирование и реализация кампаний по рекламе и связей с общественностью		2	108	108	34		16	18	74																																	
33	Б1.Б.7 Академическое письмо (иностранный язык)		3	72	72	36	18		18	36																																	
36	Б1.Б.8 Менеджмент в инновационной сфере		2	72	72	28	10		18	44																																	
39	Б1.Б.9 Репутационный менеджмент		3	144	144	36	18		18	81	27	4	4																														
44	Б1.В. Вариативная часть	7	7	1476	1476	398	26	32	340		853	225	41	41	21	8		100		252	72	18	8	72		190	36	20		8	82		207	27		16	86	204	90	-	-	-	
46	Б1.В.ОД.1 Обязательные дисциплины	4	2	828	828	228	10	16	202		474	126	23	23	11																												
47	Б1.В.ОД.1 Геобрендинг		2	72	72	18	10	8		54																																	
50	Б1.В.ОД.2 Коммуникационный менеджмент		1	144	144	18			18	90	36	4	4	4																													
53	Б1.В.ОД.3 Бренд-менеджмент		3	144	144	18		8	10	99	27	4	4																														
56	Б1.В.ОД.4 Урбанистика		4	144	144	34			34	74	36	4	4																														
59	Б1.В.ОД.5 Иностранный язык профессионального общения		4	324	324	140			140	157	27	9	9	5																													
64	Б1.В.ДВ. Дисциплины по выбору	3	5	648	648	170	16	16	138		379	99	18	18	10	8		46		126	36	8		38		62	36	8		36		108		16	18	83	27	-	-	-			
66	Б1.В.ДВ.1																																										
67	1 Плайр-технологии в геобрендинге		1	36	36	18	8		10	18																																	
70	2 Проведение и реализация ролевой и плайр-кампаний по геобрендингу территории		1	36	36	18	8		10	18																																	
73	Б1.В.ДВ.2																																										
74	1 Теория и практика переговорного процесса		1	36	36	18			18	18																																	
77	2 Психологические тренинги личностного роста и развития		1	36	36	18			18	18																																	
80	Б1.В.ДВ.3																																										
81	1 Индустриология		1	144	144	18			18	90	36	4	4	4																													
84	2 Территориальный маркетинг		1	144	144	18			18	90	36	4	4	4																													
87	Б1.В.ДВ.4																																										
88	1 Технологии управления общественным мнением		2	108	108	28			28	44	36	3	3	3																													
91	2 Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования		2	108	108	28			28	44	36	3	3	3																													
94	Б1.В.ДВ.5																																										
95	1 Инвестиционная региональная политика		3	108	108	18			18	90																																	
98	2 Управление региональным брендингом в деятельности органов государственного управления		3	108	108	18			18	90																																	
101	Б1.В.ДВ.6																																										
102	1 Модели геобрендинга		4	144	144	34			16	83	27	4	4																														
105	2 Управление проблемными зонами в геобрендинге		4	144	144	34			16	83	27	4	4																														
106	3 Модели измерения эффективности программ по геобрендингу		4	144	144	34			16																																		

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Учебный план магистров '42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ(ГЕОБРЕНДИНГ)_МАГ_2015-16_.plx.xml', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2015

Индекс	Наименование	Каф	Формируемые компетенции											
			ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОК-5	ОК-6	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6
Б1	Дисциплины (модули)		ОПК-7	ОПК-8	ОПК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
			ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-14	ПК-15	ПК-16	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21
			ПК-22	ПК-23	ПК-25	ПК-26	ПК-27							
Б1.Б.1	Иностранный язык	1	ОК-5	ОК-6	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6						
Б1.Б.2	Методологические проблемы современной науки	93	ОК-1	ОК-4	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-25	ПК-26	ПК-27			
Б1.Б.3	Основы научных исследований в профессиональной сфере	93	ОК-1	ОК-4	ПК-17	ПК-18	ПК-19	ПК-20	ПК-21	ПК-22	ПК-23	ПК-25	ПК-26	
Б1.Б.4	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах	93	ОК-4	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-5	ОПК-7						
Б1.Б.5	Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОПК-1	ОПК-7	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
			ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-19	ОПК-8	ОПК-9					
Б1.Б.6	Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-10	ПК-11	ПК-12
			ПК-14	ПК-15	ПК-16									
Б1.Б.7	Академическое письмо (иностранный язык)	101	ОК-5	ОК-6	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6						
Б1.Б.8	Менеджмент в инновационной сфере	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОПК-1	ОПК-7	ПК-3	ПК-4	ПК-5	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9
			ПК-10	ПК-11	ПК-12	ПК-13	ПК-19							
Б1.Б.9	Репутационный менеджмент	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11
			ПК-12	ПК-14	ПК-15	ПК-16								
Б1.В.ОД.1	Геобрендинг	93	ОК-1	ОК-2	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-7	ПК-12	ПК-13	ПК-15	ПК-25		
Б1.В.ОД.2	Коммуникационный менеджмент	93	ОК-2	ОПК-2	ОПК-3	ОПК-6	ПК-1	ПК-2	ПК-10	ПК-12	ПК-13			
Б1.В.ОД.3	Бренд-менеджмент	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-7	ПК-8	ПК-9	ПК-10	ПК-11
			ПК-12	ПК-14	ПК-15	ПК-16								
Б1.В.ОД.4	Урбанистика	93	ОК-1	ОК-2	ОК-6	ОПК-1	ОПК-2	ПК-3	ПК-7	ПК-14	ПК-15			
Б1.В.ОД.5	Иностранный язык профессионального общения	1	ОК-5	ОК-6	ОПК-3	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-6						
Б1.В.ДВ.1.1	Пиар-технологии в геобрендинге	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-7	ОПК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4
			ПК-7	ПК-9	ПК-11	ПК-21	ПК-27							
Б1.В.ДВ.1.2	Проведение и реализация рекламной и пиар-кампании по геобрендингу территории	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-7	ОПК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-4
			ПК-9	ПК-11	ПК-21	ПК-27								
Б1.В.ДВ.2.1	Теория и практика переговорного процесса	93	ОПК-3	ОПК-5	ОПК-6									
Б1.В.ДВ.2.2	Психологические тренинги личностного роста и развития	93	ОК-2	ОК-3	ОПК-7	ОПК-9								
Б1.В.ДВ.3.1	Имиджелогия	93	ОК-1	ОК-2	ОК-4	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-7	ПК-3	ПК-7	ПК-11	ПК-14	ПК-15	ПК-23
Б1.В.ДВ.3.2	Территориальный маркетинг	93	ОК-1	ОК-2	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-7	ПК-12	ПК-13	ПК-15	ПК-25		
Б1.В.ДВ.4.1	Технологии управления общественным мнением	93	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОПК-2	ПК-1	ПК-2	ПК-9					
Б1.В.ДВ.4.2	Взаимоотношения с государственными структурами и технологии лоббирования	93	ОК-2	ОК-3	ОК-4	ОПК-2	ПК-1	ПК-2	ПК-9					
Б1.В.ДВ.5.1	Инвестиционная региональная политика	93	ОК-1	ОК-2	ОК-4	ОК-6	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-5	ОПК-7	ПК-12	ПК-13		
Б1.В.ДВ.5.2	Управление региональным брендингом в деятельности органов государственного управления	93	ОК-1	ОК-2	ОК-3	ОПК-1	ОПК-2	ОПК-4	ОПК-9	ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-7
			ПК-8	ПК-10	ПК-12	ПК-15	ПК-19	ПК-21						

Индекс	Название практики	Семестр(ы)	Кафедра	Продолжительность (недель)	Студ.	Часов				Трудо-емкость	
						на студента	на студента в неделю	на подгруппу	на подгруппу в неделю		
<i>План</i>	ИТОГО	1342		30	2/3						
<i>Факт</i>				30	2/3						
<i>План</i>	Учебная практика (У)	1		6							
<i>Факт</i>				6							
<i>План</i>	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков	1		6							
<i>Факт</i>				6							
Б2.У.1				93	<input checked="" type="checkbox"/>	6					
<i>План</i>	Производственная практика (П)	34		12							
<i>Факт</i>				12							
<i>План</i>	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	3		4							
<i>Факт</i>				4							
Б2.П.1				93	<input checked="" type="checkbox"/>	4					
<i>План</i>	Преддипломная практика	4		8							
<i>Факт</i>				8							
Б2.П.2				93	<input checked="" type="checkbox"/>	8					
<i>План</i>	Научно-исследовательская работа (Н)	23		12	2/3						
<i>Факт</i>				12	2/3						
<i>План</i>	Научно-исследовательская работа	2		8							
<i>Факт</i>				8							
Б2.Н.1				93	<input checked="" type="checkbox"/>	8					
<i>План</i>	Научно-исследовательская работа	3		4	2/3						
<i>Факт</i>				4	2/3						
Б2.Н.1				93	<input checked="" type="checkbox"/>	4	2/3				

Дисциплина	Каф.	Студ.	Членов	Часов на студента	Трудоемкость
Междисциплинарный экзамен	93				

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ

Учебный план магистров '42.04.01 РЕКЛАМА_И_СВЯЗИ_С_ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ(ГЕОБРЕНДИНГ)_МАГ_2015-16_.plx.xml', код направления 42.04.01, год начала подготовки 2015

	Итого						Курс 1			Курс 2		
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	ЗЕТ			Всего	Сем 1	Сем 2	Всего	Сем 3	Сем 4
				Мин.	Макс.	Факт						
Итого				105	135	120	60	31	29	60	28	32
Итого по ООП (без факультативов)				105	135	120	60	31	29	60	28	32
Итого по циклам	37%	63%	43.9%	54	66	65	39	22	17	26	15	11
Дисциплины (модули)	37%	63%	43.9%	54	66	65	39	22	17	26	15	11
Базовая часть				12	26	24	18	10	8	6	6	
Вариативная часть				40	42	41	21	12	9	20	9	11
Практики				45	60	46	21	9	12	25	13	12
Базовая часть												
Вариативная часть				45	60	46	21	9	12	25	13	12
Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
Базовая часть				6	9	9				9		9
Вариативная часть												
Факультативы												
Доля ... занятий от аудиторных	лекционных					13.7%						
	в интерактивной форме					0%						
Учебная нагрузка (час/нед)	ООП, факультативы (в период ТО)					53.3	-	54	54	-	52.8	51
	ООП, факультативы (в период экз. сессий)					32.8	-	48	24	-	18	45
	Аудиторная (ООП - физ.к.)(чистое ТО)					17.7	-	18	17.8	-	17.4	17
	Ауд. (ООП - физ.к.) с расср. прак. и НИР					13.8	-	18	10.8	-	12.8	17
	Аудиторная (физ.к.)						-			-		
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						6	4	2	5	2	3
	ЗАЧЕТЫ (За)						9	4	5	3	3	
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)											
	КУРСОВЫЕ ПРОЕКТЫ (КП)											
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)											
	КОНТРОЛЬНЫЕ (К)											
	ОЦЕНКИ ПО РЕЙТИНГУ (Оц)											
	РЕФЕРАТЫ (Реф)											
	ЭССЕ (Эс)											
	РГР (РГР)											

специалист по УМП
 Райчишвили Ф.В. ф.д.с.