

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 04.11.2023 14:11:40
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaadedebaa849

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО "ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 11 от 27.06.2023

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

42.03.01

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и муниципального управления
Кафедра: Психологии и социально-культурного сервиса
Факультет: Заочный

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: Заочная

Срок получения образования: 5 л.

Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	редакторский
+	организационный

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

Учебный год 2023-2024

Образовательный стандарт (ФГОС) № 512 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМУ

Начальник ОАИКО

Декан

Зав. кафедрой

УТВЕРЖДАЮ

И.о. ректора

Баламирзоев Н.Л.

06 2023 г.



А. Абдулазизова / Абдулазизова Т.Т./
И. Ю. Гамзая / Гамзая И.Ю./
Н. М. Гасанова / Гасанова Н.М./
Ж. А. Сулаева / Сулаева Ж.А./

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь				Октябрь			Ноябрь				Декабрь			Январь		Февраль			Март					Апрель				Май				Июнь				Июль			Август																				
	Числа	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							
Нед	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									*									*		Э	Э	К	К												*	*					Э	Э	У	У	У	У	К	К	К	К	К									
II									*									*				Э	Э	К					У	У							*	*					Э	Э	У	У	У	У	К	К	К	К	К							
III									*									*				Э	Э	Э					П	П												Э	Э	П	П	П	К	К	К	К	К	К								
IV									*									*				Э	Э	Э																			Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К							
V									*						Э	Э	Э	*	К	*						*				Э	Э	Э	Э	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Пд	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	Д	К	К	К	К	К	К

Сводные данные

		Курс 1	Курс 2	Курс 3	Курс 4	Курс 5	Итого
	Теоретическое обучение	34 1/6	32 1/6	31 1/6	34 1/6	23 3/6	155 1/6
Э	Экзаменационные сессии	4 5/6	4 5/6	5 5/6	5 5/6	6 3/6	27 5/6
У	Учебная практика	4	6				10
П	Производственная практика			6			6
Пд	Преддипломная практика					4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6
К	Каникулы	7	7	7	10	10	41
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	2 (12 дн)	2 (12 дн)	2 (12 дн)	2 (12 дн)	2 (12 дн)	10 (60 дн)
Продолжительность обучения		более 39 нед.	более 39 нед.	более 39 нед.	более 39 нед.	более 39 нед.	
Итого		52	52	52	52	52	260

План Учебный план бакалавриата 'z42.03.01_Реклама и связи с общественностью_заочн_2023.plx', код направления 42.03.01, профиль : Реклама и связи с общественностью в сфере

Считать в плане	Индекс	Наименование	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов					Курс 4					Курс 5					Закреп			
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КП	Экспер тное	Факт	Часов в з.е.	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Контро ль	з.е.	Лек	Лаб		Пр	СР	Контро ль
Блок 1. Дисциплины (модули)						201	201		7236	7236	881	5953	402	48	80		108	1448	92	23	41		46	697	44		
Обязательная часть						134	134		4824	4824	606	3946	272	19	26		44	579	35	4	9		9	117	9		
+	Б1.О.01	История России			2		4	4	36	144	144	60	80	4												17	
+	Б1.О.02	Русский язык и культура речи		1			3	3	36	108	108	9	95	4													40
+	Б1.О.03	Иностранный язык	2	112			10	10	36	360	360	44	295	21													13
+	Б1.О.04	Культурология		1			2	2	36	72	72	8	60	4													51
+	Б1.О.05	Психология		1			3	3	36	108	108	13	91	4													38
+	Б1.О.06	Социология		1			2	2	36	72	72	13	55	4													51
+	Б1.О.07	Философия	2				4	4	36	144	144	13	122	9													51
+	Б1.О.08	Экономика	2				3	3	36	108	108	13	86	9													55
+	Б1.О.09	Математика и статистика	11				8	8	36	288	288	36	234	18													7
+	Б1.О.10	Компьютерные технологии и информатика	1				4	4	36	144	144	13	122	9													15
+	Б1.О.11	Социология массовых коммуникаций	2	12			8	8	36	288	288	39	232	17													38
+	Б1.О.12	Психология массовых коммуникаций	3	3			6	6	36	216	216	26	177	13													38
+	Б1.О.13	Теория и практика массовой информации	3				4	4	36	144	144	13	122	9													38
+	Б1.О.14	Основы менеджмента	4				4	4	36	144	144	18	117	9	4	9		9	117	9							10
+	Б1.О.15	Безопасность жизнедеятельности		3			3	3	36	108	108	13	91	4													11
+	Б1.О.16	Концепции современного естествознания		2			3	3	36	108	108	18	86	4													51
+	Б1.О.17	Прикладная риторика		4			2	2	36	72	72	8	60	4	2	4		4	60	4							38
+	Б1.О.18	Правоведение		3			2	2	36	72	72	8	60	4													34
+	Б1.О.19	Введение в рекламную деятельность	2				4	4	36	144	144	13	122	9													38
+	Б1.О.20	Основы теории коммуникации	11				8	8	36	288	288	26	244	18													38
+	Б1.О.21	Теория и практика рекламы	3	3		3	6	6	36	216	216	21	182	13													38
+	Б1.О.22	Физическая культура и спорт			1		2	2	36	72	72	8	60	4													27
+	Б1.О.23	Политология		2			2	2	36	72	72	8	60	4													35
+	Б1.О.24	Технологии производства политического рекламного продукта		2			2	2	36	72	72	13	55	4													38
+	Б1.О.25	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	5				4	4	36	144	144	18	117	9						4	9		9	117	9	38	
+	Б1.О.26	Стилистика и литературное редактирование	4				5	5	36	180	180	18	153	9	5	9		9	153	9							38
+	Б1.О.27	История и актуальные проблемы современной рекламы	1				3	3	36	108	108	13	86	9													38
+	Б1.О.28	Реклама и связи с общественностью в политике		4		4	4	4	36	144	144	13	127	4	4	4		9	127	4							38
+	Б1.О.29	Профессиональная этика	2				4	4	36	144	144	18	117	9													38
+	Б1.О.30	Логика	3				5	5	36	180	180	18	153	9													38
+	Б1.О.31	Иностранный язык профессиональный	4	33			8	8	36	288	288	39	232	17	4		13	122	9								13
+	Б1.О.32	Основы военной подготовки		2			2	2	36	72	72	15	53	4													11
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						67	67		2412	2412	275	2007	130	29	54		64	869	57	19	32		37	580	35		
+	Б1.В.01	Конфликтология		2			2	2	36	72	72	13	55	4													38
+	Б1.В.02	Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах	4	4		4	6	6	36	216	216	31	172	13	6	13		18	172	13							38
+	Б1.В.03	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	5				5	5	36	180	180	18	153	9						5	9		9	153	9	10	
+	Б1.В.04	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	5				5	5	36	180	180	18	153	9						5	9		9	153	9	38	
+	Б1.В.05	Технологии управления общественным мнением	4			4	5	5	36	180	180	18	153	9	5	9		9	153	9							38
+	Б1.В.06	Управление торговой маркой и брендинг	4				4	4	36	144	144	12	123	9	4	6		6	123	9							38
+	Б1.В.07	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	3	4		3	8	8	36	288	288	31	244	13	4	9		9	122	4							38

	Итого				Курс 1	Курс 2	Курс 3	Курс 4	Курс 5	
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.						
				Не менее						Факт
Итого (с факультативами)				198	244	54	54	50	48	38
Итого по ОП (без факультативов)				198	240	50	54	50	48	38
Дисциплины (модули)	67%	33%	17.9%	165	201	44	45	41	48	23
Обязательная часть					134	42	39	30	19	4
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					67	2	6	11	29	19
Практика	100%	0%	0%	27	30	6	9	9		6
Обязательная часть					30	6	9	9		6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений										
Государственная итоговая аттестация				6	9					9
Факультативные дисциплины					4	4				
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы			40.4	44.4	43.8	39.9	43.2	27.6	
Контактная работа (акад.час/год)	обязательная			167.8	199	199	166	188	87	
	необязательная			8	8					
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1			826	186	199	166	188	87	
	Блок Б2			14	2	4	4		4	
	Блок Б3									
	Блок ФТД			21	21					
	Итого по всем блокам			861	209	203	170	188	91	
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)				6	6	6	8	4	
	ЗАЧЕТ (За)				8	9	7	5	2	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)				2	3	2		1	
	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (КП)						2	3	1	
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных			38.26%						
Объём обязательной части от общего объёма программы (%)				68.3%						
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)				11.42%						