

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: И.о. ректора
Дата подписания: 04.11.2023 14:11:35
Уникальный программный ключ:
2a04bb882d7edb7f479cb266eb4aaaedebeea849

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ 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: Права и управления на транспорте

Квалификация: бакалавр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 4 г.

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



А. Абдулазизова / Абдулазизова Т.Т./
И. Ю. Гамзалова / Гамзалова И.Ю./
Э.З. Батманов / Батманов Э.З./
Ж.А. Сулаева / Сулаева Ж.А./

Считается в плане	Индекс	Наименование	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов											Курс 1										Курс 2										Закрепленная	Код													
			Экзам	Зачет	Зачет с оц.	КП	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Интер часы	Семестр 1					Семестр 2					Семестр 3					Семестр 4																							
																з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	з.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль															
Блок 1. Дисциплины (модули)																				201	201			7564	7564	3665	2819	1080					27	145	34	300	403	144	27	196	385	337	108	27	170	326	386	144	24	179	326	269	144	
Обязательная часть																				134	134			4824	4824	2270	1834	720					25	128	34	229	365	144	25	179	297	316	108	27	170	272	386	144	20	145	204	227	144	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.01	История России				2			4	4	36	144	144	119	25																				17																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.02	Русский язык и культура речи			1				3	3	36	108	108	34	74					3															40																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.03	Иностранный язык	4	123					10	10	36	360	360	170	154	36				2															13																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.04	Культурология		2					2	2	36	72	72	34	38																				51																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.05	Психология		1					3	3	36	108	108	51	57					3	17														38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.06	Социология		2					2	2	36	72	72	51	21																				51																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.07	Философия	1						4	4	36	144	144	51	57	36				4	17														51																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.08	Экономика	3						3	3	36	108	108	51	21	36										3	17								55																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.09	Математика и статистика	12						8	8	36	288	288	136	80	72				4	34														7																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.10	Компьютерные технологии и информатика	1						4	4	36	144	144	51	57	36				4	17	34													15																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.11	Социология массовых коммуникаций	4	23					8	8	36	288	288	153	99	36										2	17								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.12	Психология массовых коммуникаций	4	3					6	6	36	216	216	102	78	36										2	34								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.13	Теория и практика массовой информации	3						4	4	36	144	144	51	57	36										4	17								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.14	Основы менеджмента	6						4	4	36	144	144	68	40	36																			10																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.15	Безопасность жизнедеятельности		5					3	3	36	108	108	51	57																				11																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.16	Концепции современного естествознания		4					3	3	36	108	108	68	40																				51																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.17	Прикладная риторика		5					2	2	36	72	72	34	38																				38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.18	Правоведение		6					2	2	36	72	72	34	38																				35																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.19	Введение в рекламную деятельность	3						4	4	36	144	144	51	57	36										4	17								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.20	Основы теории коммуникации	12						8	8	36	288	288	102	114	72				4	34														38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.21	Теория и практика рекламы	4	3		4			6	6	36	216	216	85	95	36										3	17								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.22	Физическая культура и спорт			2				2	2	36	72	72	34	38					1	9					1	9								27																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.23	Политология		3					2	2	36	72	72	34	38											2	17								35																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.24	Технологии производства политического рекламного продукта		4					2	2	36	72	72	51	21																				38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.25	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	7						4	4	36	144	144	68	40	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.26	Стилистика и литературное редактирование	5						5	5	36	180	180	68	76	36																			38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.27	История и актуальные проблемы современной рекламы	2						3	3	36	108	108	51	21	36										3	17								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.28	Реклама и связи с общественностью в политике		7		7			4	4	36	144	144	68	76																				38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.29	Профессиональная этика	3						4	4	36	144	144	68	40	36										4	34								38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.30	Логика	5						5	5	36	180	180	68	76	36																			38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.31	Иностранный язык профессиональный	7	56					8	8	36	288	288	153	99	36																				13																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.О.32	Основы военной подготовки		4					2	2	36	72	72	60	12																				11																		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																				67	67			2740	2740	1395	985	360					2	17																				
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.01	Конфликтология		4					2	2	36	72	72	51	21																					38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.02	Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах	6	5		5			6	6	36	216	216	119	61	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.03	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7						5	5	36	180	180	68	76	36																				10																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.04	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	7						5	5	36	180	180	68	76	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.05	Технологии управления общественным мнением	5			5			5	5	36	180	180	68	76	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.06	Управление торговой маркой и брендинг	8						4	4	36	144	144	48	60	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.07	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	6	7		6			8	8	36	288	288	119	133	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.08	Методология и методы исследований в области рекламы и связей с общественностью	8						3	3	36	108	108	48	24	36																				38																	
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.09	Производство и распространение рекламного продукта		8		8			3	3	36	108	108	32	76																				38																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.10	Религиоведение		1					2	2	36	72	72	34	38					2	17														51																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.11	Основы маркетинга	5						4	4	36	144	144	51	57	36																			10																		
<input type="checkbox"/>	+	Б1.В.12	История русской литературы		2					2	2	36	72	72	51	21											2	17					</																					

План Учебный план бакалавриата '42.03.01_РиСсО_РСсОГиМУ_очн_2023.plx', код направления 42.03.01, профиль : Реклама и связи с общественностью в сфере государственного и м

№	Счита-ть в плане	Индекс	Наименование	Формы пром. акт.				э.е.		Итого академ. часов						Курс 3						Курс 4						Закры-тая															
				Экзам-ен	Зачет	Зачет с оц.	КП	Эксперт-ное	Факт	Часов в э.е.	Эксперт-ное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Интер часы	Семестр 5			Семестр 6			Семестр 7			Семестр 8																	
																	э.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	э.е.	Лек	Лаб	Пр	СР		Конт роль	э.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	э.е.	Лек	Лаб	Пр	СР	Конт роль	Код	
Блок 1. Дисциплины (модули)									201	201		7564	7564	3665	2819	1080			29	187		326	441	144	22	136		296	274	144	30	204	255	477	144	15	96		104	232	108		
Обязательная часть									134	134		4824	4824	2270	1834	720			17	102		170	268	72	8	51		102	99	36	12	68	119	173	72								
	+	Б1.О.01	История России			2			4	4	36	144	144	119	25																								17				
	+	Б1.О.02	Русский язык и культура речи			1			3	3	36	108	108	34	74																								40				
	+	Б1.О.03	Иностранный язык	4		123			10	10	36	360	360	170	154	36																							13				
	+	Б1.О.04	Культурология			2			2	2	36	72	72	34	38																								51				
	+	Б1.О.05	Психология			1			3	3	36	108	108	51	57																								38				
	+	Б1.О.06	Социология			2			2	2	36	72	72	51	21																								51				
	+	Б1.О.07	Философия	1					4	4	36	144	144	51	57	36																							51				
	+	Б1.О.08	Экономика	3					3	3	36	108	108	51	21	36																							55				
	+	Б1.О.09	Математика и статистика	12					8	8	36	288	288	136	80	72																							7				
	+	Б1.О.10	Компьютерные технологии и информатика	1					4	4	36	144	144	51	57	36																							15				
	+	Б1.О.11	Социология массовых коммуникаций	4		23			8	8	36	288	288	153	99	36																							38				
	+	Б1.О.12	Психология массовых коммуникаций	4		3			6	6	36	216	216	102	78	36																							38				
	+	Б1.О.13	Теория и практика массовой информации	3					4	4	36	144	144	51	57	36																							38				
	+	Б1.О.14	Основы менеджмента	6					4	4	36	144	144	68	40	36					4	34			34	40	36											10					
	+	Б1.О.15	Безопасность жизнедеятельности			5			3	3	36	108	108	51	57					3	17			34	57													11					
	+	Б1.О.16	Концепции современного естествознания			4			3	3	36	108	108	68	40																							51					
	+	Б1.О.17	Прикладная риторика			5			2	2	36	72	72	34	38					2	17			17	38												38						
	+	Б1.О.18	Правоведение			6			2	2	36	72	72	34	38						2	17			17	38											35						
	+	Б1.О.19	Введение в рекламную деятельность	3					4	4	36	144	144	51	57	36																						38					
	+	Б1.О.20	Основы теории коммуникации	12					8	8	36	288	288	102	114	72																						38					
	+	Б1.О.21	Теория и практика рекламы	4		3			6	6	36	216	216	85	95	36																						38					
	+	Б1.О.22	Физическая культура и спорт			2			2	2	36	72	72	34	38																							27					
	+	Б1.О.23	Политология			3			2	2	36	72	72	34	38																							35					
	+	Б1.О.24	Технологии производства политического рекламного продукта			4			2	2	36	72	72	51	21																							38					
	+	Б1.О.25	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	7					4	4	36	144	144	68	40	36											4	34			34	40	36					38					
	+	Б1.О.26	Стилистика и литературное редактирование	5					5	5	36	180	180	68	76	36					5	34			34	76	36											38					
	+	Б1.О.27	История и актуальные проблемы современной рекламы	2					3	3	36	108	108	51	21	36																						38					
	+	Б1.О.28	Реклама и связи с общественностью в политике			7		7	4	4	36	144	144	68	76												4	34			34	76					38						
	+	Б1.О.29	Профессиональная этика	3					4	4	36	144	144	68	40	36																						38					
	+	Б1.О.30	Логика	5					5	5	36	180	180	68	76	36					5	34			34	76	36										38						
	+	Б1.О.31	Иностранный язык профессиональный	7		56			8	8	36	288	288	153	99	36				2				51	21		4			51	57	36					13						
	+	Б1.О.32	Основы военной подготовки			4			2	2	36	72	72	60	12																						11						
Часть, формируемая участниками образовательных отношений									67	67		2740	2740	1395	985	360			12	85		156	173	72	14	85		194	175	108	18	136		136	304	72	15	96		104	232	108	
	+	Б1.В.01	Конфликтология			4			2	2	36	72	72	51	21																							38					
	+	Б1.В.02	Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах	6		5		5	6	6	36	216	216	119	61	36				3	34			34	40		3	17			34	21	36					38					
	+	Б1.В.03	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7					5	5	36	180	180	68	76	36											5	34			34	76	36					10					
	+	Б1.В.04	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	7					5	5	36	180	180	68	76	36											5	34			34	76	36					38					
	+	Б1.В.05	Технологии управления общественным мнением	5				5	5	5	36	180	180	68	76	36				5	34			34	76	36											38						
	+	Б1.В.06	Управление торговой маркой и брендинг	8					4	4	36	144	144	48	60	36													4	24			24	60	36		38						
	+	Б1.В.07	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	6		7		6	8	8	36	288	288	119	133	36					4	17			34	57	36	4	34			34	76				38						
	+	Б1.В.08	Методология и методы исследований в области рекламы и связей с общественностью	8					3	3	36	108	108	48	24	36													3	24			24	24	36		38						
	+	Б1.В.09	Производство и распространение рекламного продукта			8		8	3	3	36	108	108	32	76														3	16			16	76			38						
	+	Б1.В.10	Религиоведение			1			2	2	36	72	72	34	38																						51						
	+	Б1.В.11	Основы маркетинга	5					4	4	36	144																															

	Итого					Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4		
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.		Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8
				Не менее	Факт												
Итого (с факультативами)				200	246	66	29	37	60	27	33	60	29	31	60	30	30
Итого по ОП (без факультативов)				198	240	60	27	33	60	27	33	60	29	31	60	30	30
Дисциплины (модули)	67%	33%	17.9%	165	201	54	27	27	51	27	24	51	29	22	45	30	15
Обязательная часть					134	50	25	25	47	27	20	25	17	8	12	12	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					67	4	2	2	4		4	26	12	14	33	18	15
Практика	100%	0%	0%	27	30	6		6	9		9	9		9	6		6
Обязательная часть					30	6		6	9		9	9		9	6		6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																	
Государственная итоговая аттестация				6	9										9		9
Факультативные дисциплины				2	6	6	2	4									
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)				55.8	-	56.7	65.1	-	52.4	54	-	56.7	49.9	-	55.7	56.4
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)				45	-	48	38.2	-	48	50.9	-	48	50.9	-	48	30.9
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП без элект. дисциплин по физ.к.				27.8	-	25.3	32.3	-	26.3	30.8	-	27.3	26.1	-	27.3	26.1
	элективные дисциплины по физ.к.				2.7	-	3.3	3.4	-	3.3	3.4	-	3.3	3.6	-		
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1				3665	-	479	581	-	496	505	-	513	432	-	459	200
	в том числе по элект. дисц. по ф.к.				328	-	54	54	-	54	54	-	54	58	-		
	Блок Б2				112	-		2	-		53	-		53	-		4
	Блок Б3					-			-			-			-		
	Блок ФТД				119	-	34	85	-			-			-		
	Итого по всем блокам				3896	-	513	668	-	496	558	-	513	485	-	459	204
Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)					7	4	3	8	4	4	8	4	4	7	4	3
	ЗАЧЕТ (За)					10	5	5	11	6	5	8	5	3	5	3	2
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)					3		3	3		3	3		3	1		1
	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ (КП)								2		2	3	2	1	2	1	1
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных				39.35%												
Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					68.3%												
Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					48.45%												