Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Воронежский государственный университет" Факультет журналистики

План одобрен Ученым советом факультета

42.03.01

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Протокол № 2 от 24.02.2022

по программе бакалавриата

УТВЕРЖДАЮ

Документ подписан усиленной квалифицированной электронной подписью

Серийный номер сертификата 01 d8 2e c9 79 45 52 40 00 0a 3e f8 00 06 00 02 Выдан Чупандиной Е.Е., первый проректор проректор по учебной работе ФГБОУ ВО ВГУ Действителен: с 03.03.2022 по 03.03.2023

по направлению "Реклама и связи с общественностью"

Профиль: Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации

Кафедра: 1324 связей с общественностью, рекламы и дизайна (КСОРиД)

Факультет: Журналистики

Кеалификация: Бакалаер	Год начала подготовки (по учебному плану)	2022
Форма обучения: Очная	Образовательный стандарт (ФГОС)	№ 512 от 08.06.2017
Срок получения образования: 4г		

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ
СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ
РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Основн	юй	Типы задач профессиональной деятельности
+	Γ	проектный
-	ā	авторский
-	ı	маркетинговый

СОГЛАСОВАНО

Начальник УМУ

Декан

Куратор ООП

Электронная копия учебного плана верна.

Начальник учебно-методического

управления ВГУ

Л.И. Колесникова

Календарный учебный график

Mec		Сентябр	ОЬ	5	0	ктябр	Ъ	2		Ноя	брь			Дека	абрь		4	Янв	арь	1	4	евра	ль	1		Ма	рт		5	Ап	рель	3		М	Іай			Ию	НЬ		5	ν	1юль		2	P	Вгуст	
Числа		8 - 14		29 -	6 - 12	13 - 19	20 - 26	- 27	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30	1 - 7	8 - 14	15 - 21	22 - 28	79	5 - 11			2 - 8		16 - 22	23 -	2 - 8	9 - 15	16 - 22	23 - 29		6 - 12	13 - 19	7	4 - 10	11 - 17	18 - 24	25 - 31	1 - 7		1	22 - 28	29 -	1.1	1	20 - 26	27 -		17 - 23	- 1
Нед	1	2 3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19 2	0 2	1 22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33 34	4 35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49 5	0 5	52
I									*							-	* * *	Э	€ 3	Э К К К	К			*	*							*	*				Э	Э Э * Э	Э	У	У	У	У	у у у у К К	К	К	СК	К
II	У	У							*							-	* * * * *		Э	Э К К К	К			*	*							*	*					9 9 9 * 9		Э	П			K K	К			К
III	п	П							*							-	* * * * *	* * * 3	Э З	э	К			*	*							*	*				Э)) *))	Э	Э	Э П П	П	П	К	К	К	Κ	К
IV	П	П							*									<u>*</u> Э	9 3	Э К К К				*	*					Э Э	Э <u>П</u>) Пд Пд Пд Пд Пд	Пд Пд Пд	Пд	Пд Пд Пд Пд Пд	Г		Д Д Д *	Д	Д	Д	К	К	К	К	K	СК	К

Сводные данные

			Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4		Итого
		Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8	Всего	VIIOIO
	Теоретическое обучение	17 3/6	16 1/6	33 4/6	16	16 2/6	32 2/6	16	16 1/6	32 1/6	16	8 1/6	24 1/6	122 2/6
Э	Экзаменационные сессии	2 4/6	2	4 4/6	2 4/6	3 2/6	6	3 2/6	3 2/6	6 4/6	2 4/6	2	4 4/6	22
У	Учебная практика		4 4/6	4 4/6	1 2/6		1 2/6							6
П	Производственная практика					2 4/6	2 4/6	1 2/6	2 4/6	4	1 2/6		1 2/6	8
Пд	Преддипломная практика											4	4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											4	4	4
Γ	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена											2	2	2
К	Продолжительность каникул	12 дн	38 дн	50 дн	12 дн	41 дн	53 дн	7 дн	42 дн	49 дн	12 дн	56 дн	68 дн	220 дн
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	7 дн	5 дн	12 дн	8 дн	5 дн	13 дн	8 дн	5 дн	13 дн	8 дн	5 дн	13 дн	51 дн
Прод	олжительность	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	161 дн	204 дн	365 дн	1460 дн
Висо	косный год		False			False			False			False		
Студ	ентов													
Груп	П													

		Форма конгроля	3.e		Итого акад.час				Курс 1						К	pc 2						Курс	3						Kypc 4			
Считать в Индекс	Наименование	Зкаа _{Зачет} Зачет с _{КІ}						лаб Пр СР	Сонт з.е. Ито	го Лек Л	at Np CP	Конт з.е.		Семестр 3 Лаб Пр	СР Конт	з.е. Итого	Лек Лаб	I Top CP	Конт з.е.	Итого Лек	Семестр 5 Лаб Пр	СР Конт	a.e. Vitoro	Лек Лаб	TIP CP	Конт э.е.	. Итого Лек	лаб Пр СР	Конт з.е.	Итого Лек	зместр 8 Лаб Пр	CP Kon
Блок 1.Дисциплины Обязательная част	і (модули)	I MOU I COLI	204 204 129 129	7672 7672 4644 4644	3292 319	2 1188 92 : 4 964 92	э.е. Итого Лек 29.25 1053 210 29.25 1053 210	34 328 337 34 329 337	144 23.75 92 144 19.75 71	1 208	224 381	108 26	1002 160 468 80	32 256	410 144	28 1074 19 684	112 64	272 446 176 268	180 27	1038 176	32 208	442 180	27 1036 22 792	144	256 456 160 334	180 27	972 144	32 208 444 80 144	144 16	576 96 72 16	96	276 108 40
+ 51.0.01 + 51.0.02	Философия	2	4 4 36	144 144	64 44	36	23.23 1033 210	51 320 331	4 1		32 44		100 00		100 100	4 144	32	32 44	36	301 00	30	100	7,72		100 321	100 10	300 01	30 111	/ .	71 10		
+ 61.0.03	История (история России, всеобщая история) Иностранный язык	4 123	4 4 36 8 8 36	288 288	130 122	96	1.5 54	34 20	1.5 5	4	32 22		72	32	40	3 108		32 40														
+ 51.0.04 + 51.0.05	Безопасность жизнедеятельности Физическая культура и спорт	5	2 2 36 2 2 36	72 72			2 72 8	58 6											2	72 16	16	40									_	
+ 51.0.06 + 51.0.07	Речевая купьтура устной и письменной илимиликании	1	4 4 36 2 11 11 36			36	4 144 16	50 42	36	52 16	32 78	-																			_	\bot
+ 51.0.08	Современный русский язык Экономика и финансовая грамотность	234 2	3 3 36	108 108	48 60				4.5 2	32 10	32 /6	30 3.3	126 16	32	42 36	3 108 3 108		32 24 32 60	30													
+ 51.0.09 + 51.0.10	Политология История русской и зарубежной литературы	5 12	2 2 36 7 7 36				3.5 126 34	34 58	3.5 12	26 64	62								2	72 16	16	40									_	+-
+ 51.0.11	Стилистика	5	4 4 36	144 144	48 60	36													4	144 16	32	60 36										
+ 51.0.12 + 51.0.13	История искусства	4	2 2 36 2 2 36	72 72	32 40 50 22		2 72 34	16 22								2 72	16	16 40													_	+
+ 51.0.14	Основы журналистики Основы рекламы	2	4 4 36			36	2 /2 34	10 22	4 1	14 32	32 44	36																			_	
+ 51.0.15	Техника и технология средств массовой илимилиятия	1	4 4 36		68 40	36	4 144 34	34 40	36																							
+ 51.0.16 + 51.0.17	Компьютерные технологии Основы связей с общественностью	1	2 2 36 4 4 36	72 72 144 144	34 38 68 40		2 72 4 144 34	34 38 34 40	76																						_	+
+ 51.0.18	Технологии медиатворчества	3 1 2	8 8 36				2.25 81 16	34 31	2.25 8	1 16	32 33	3.5	126 32	32	26 36																	
+ 51.0.19	Основы теории коммуникации	1	4 4 36			36	4 144 34	34 40	36																							
+ 61.0.20 + 61.0.21	Основы интегрированных исменувникаций Менеджиент в нассмедиа	4 4	4 4 4 36 3 3 36			36 36										4 144	16	32 60	36	108 16	16	40 36									_	+
+ 51.0.22	Медиаженомика	5	3 3 36			36													3	108 16		40 36										+
+ 61.0.23	Медиарилейшна	6	3 3 36	108 108		36	$+\Box$	$\perp \perp \parallel$	\bot \top	$\bot \top$	$+ \top$					$\Box\Box$					$\Box\Box$		3 108	16	16 40	36	$+$ \square	$\perp \perp \perp$			\perp	$+\mathbb{F}$
+ 51.0.24 + 51.0.25	Психология массовых коммуникаций Социология массовых коммуникаций	6	3 3 36 4 4 36	108 108 144 144		36		+	++	++	+					++	-				\vdash		4 144	32	32 44	36	108 16	32 24	36	\vdash	+	++
+ 51.0.26	Регулирование в маркетинговых коммуникациях	6	4 4 36	144 144		36				上十		ш											-	32		36						
+ 61.0.27	Управление общественным мнением и СМИ	7	2 2 36	72 72	32 40																					2	72 16	16 40				\Box
+ 51.0.28 + 51.0.29	Разработка рекламного продукта Профессиональные стандарты и этика в рекламе и	6 6	5 4 4 36 3 3 36		32 76 32 40	36 <u>92</u> 36		+	++	++	+					++	-				\vdash		4 144	16	16 76	36 3	108 16	16 40	36	\vdash	+	++
+ 51.0.30	свазау с общественностью Риторика	8	2 2 36	72 72	32 40																								2	72 16	16	40
+ 61.0.31	Медиапланирование	3	4 4 36			36	$+\Pi$	$+\Box$	$\perp T$	$+\top$	+ T	4	144 32	16	60 36	$+\Box$											$+\square$	-			=	$+$ \square
+ 51.0.32 + 51.0.33	Редактирование медиатекста Консалтинг в связях с общественностью	7	4 4 36 2 2 36			36	+++	+	++	++	+					+++	-			\vdash			4 144	16	32 60	36 2	72 16	16 40			+	++
+ 51.0.34	Управление медиапроектами	6	3 3 36																				3 108	16	32 60							
+ Б1.8.01	я участниками образовательных отношений Культурология	7	75 75 2 2 36	3028 3028 72 72					4 21	0 48	64 98	13	534 80	32 144	242 36	9 390	16 64	96 178	36 13	534 96	32 112	222 72	5 244	16	96 132		612 80 72 16			504 80	80	236 108
+ 51.8.02	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	4	2 2 36		32 40											2 72	32	40														
+ 51.8.03	Основы права и антикоррупционного законовательства Маркетинговое обеспечение проектов в сфере	5		72 72	48 24														2	72 32	16	24										\bot
+ 51.8.04 + 51.8.05	пектамы и свозей с общественностью. Психология личности и ее саморазвития	5 3	3 3 36 2 2 36	108 108 72 72								2	72 32	16	24				3	108 32	16	60									_	+-
+ 51.8.06	Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью	2	2 2 36						2 7	2 32	40																					
+ 51.8.07	Реклама в интернете	4	2 2 36	72 72	32 40											2 72	32	40														
+ 51.8.08 + 51.8.09	Связи с общественностью в интернете Тексты в связях с общественностью	3	2 2 36	72 72	32 40 32 40							2	72	32	40				2	12	32	40									_	++
+ 51.8.10	Тексты в рекламе	4	2 2 36	72 72	32 40											2 72		32 40														
+ 51.8.11 + 51.8.12	Наружная реклама	3	2 2 36	72 72	32 40 32 40								72 16	16 16																	_	+-
+ 51.8.12 + 51.8.13	Специальное событие Организация и проведение коммуникационной	6 7	2 2 36 5 5 36	180 180	32 40 64 116							2	72 16	16	40								3 108		32 76	2	72	32 40			_	++
+ 51.8.14	Связи с общественностью в сфере применения	8	2 2 36	72 72	32 40																								2	72 16	16	40
+ 51.8.15 + 51.8.16	Теннология производства в рекламе и связях с общественностью Реклама в сфере применения	7	4 4 36 2 2 36	144 144 72 72	48 60 32 40	36																					144 16 72 16	32 60 16 40	36		_	
+ 51.8.17	Реклама в сфере приненения Создание рекламного ролика	7	2 2 36																							2		32 40			_	
+ 51.8.18	Брендинг	6	2 2 36	72 72	32 40																		2 72	16	16 40							
+ 51.8.19 + 51.8.20	Особенности языка рекламы	8	3 3 36 3 3 36	108 108 108 108		36 36			+																					108 16 108 16		40 36 40 36
+ 61.8.20	Особенности языка связей с общественностью Организация работы отдела связей с общественностью	5	3 3 36	108 108		36													3	108 16	16	40 36							3	108 16	16	40 35
+ 51.8.22	История рекламы и связей с общественностью	2	2 2 36	72 72	32 40				2 7	2 16	16 40																					
+ 51.8.23	Организация работы отдела рекламы Элективные дисциплины по физической культуре	5 23456	3 3 36	108 108 328 328		36				6	48 18		66	48	18	66		48 18	3	108 16 66	16 48		64		48 16						_	
+ Б1.В.ДВ.01		7	3 3	108 108	32 40	36				•	-0 10			-	10			-0 10			~	10			- 2		108 16					
+ 61.8,Д8.01.0	1 Игровые технологии в рекламе и связях с общественностью 2 Лоббизм	7	3 3 36	108 108 108 108		36																					108 16 108 16				_	+
+ 51.8,Д8.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	3	2 2	72 72	32 40								72	32	40											3	100 1b	10 40	30		二	世
+ 61.8,Д8.02.0		3	2 2 36	72 72	32 40 32 40		+	+	++	++	++	2	72	32	40	++				\vdash	$\vdash\vdash\vdash$						+	-		\vdash	+	+
+ Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	8	3 3	108 108	32 40	36						2	12	34	40															108 16		40 36
	 Тексты и документооборот Этикет и имидж 	8		108 108			+	+	++	++	++					++				\vdash	$\vdash\vdash\vdash$						+	-		108 16		40 36 40 36
+ 61.8,Д8.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	3	3 3	108 108 108 108	32 40	36						3	108 16	16	40 36														3	108 16	16	4U 36
+ 61.8.Д8.04.0	1 Политическая реклама 2 Персонаж в бренд-коммуникации	3	3 3 36	108 108 108 108	32 40	36	$-\Box$	\bot	\perp	+	\perp	3	108 16	16	40 36		_			\perp		$+$ \Box	$+$ \Box	_			+					+
÷ 61.8,Д8.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	3 8	3 3 36 3 3 3	108 108 108 108	32 40 32 76	36				$\pm \pm$		3	108 16	16	40 36					L					bb	bb			3	108 16	16	76
+ 61.8,Д8.05.0	1 Корпоративная культура		3 3 36	108 108	32 76																								3	108 16	16	76
+ 61.8,Д8.06	2 Нейминг в нассовой коммуникации Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	4	3 3 36 3 3	108 108 108 108						$\pm \pm$						3 108	16	16 40	36							Ш			3	108 16		76
+ 61.8,Д8.06.0	1 Принципы ведения переговоров	4	3 3 36	108 108	32 40	36	\perp	$+$ \Box			$+ \top$	H				3 108	16	16 40	36	\Box							$+ \Box$				\perp	+T
	Принципы устойчивого развития конпании Правовые и организационные основы	4		108 108				+	++	++	+					3 108		16 40	36		\vdash			-		\vdash	+			\vdash	+	++
- 61.8.ДВ.06.0 + 61.8.ДВ.07	Acceptation (acceptation) desiration	4 7					-	+	++	+	+	\vdash	\vdash			3 108	16	16 76		\vdash						,	72 16	16 40			+	
		7	2 2 36	72 72	32 40				ш																	2	72 16	16 40			士	世
- Б1.В.ДВ.07.0 Блок 2.Практика	2 Политический маркетинг	7	2 2 36				$+$ \square	+TI		.	4 2		7)		71	4		3		73		71	4		2		72 16			216	Æ	312
Блок 2.Практика Обязательная част	•		27 27 6 6	216 216	3 213	958			7 25	4	4 248	2	72	1	/1	4 144		2 142	2	72	1	/1	4 144		2 142	2	72	1 71	6	216		213 213
+ Б2.0.01(Пд) Часть, формируема	Производственная практика, преддиплонная я участниками образовательных отношений	8	6 6 36 21 21				+++		7 25	2	4 248	2	72	1	71	4 144		2 142	2	72	1	71	4 144		2 142	2	72	1 71	6	216	3	213
+ 62.B.01(Y)	Учебная практика, профессионально- ознакомительная	3	9 9 36	324 324	5 319	319			7 25		4 248		72	1	71										112			- 1				
+ 62.8.02(FI) + 62.8.03(FI)	Производственная практика, профессионально- твопинская Производственная практика, проектная	5 7		216 216 216 216				+	++	++	++	\vdash				4 144		2 142	2	72	1		4 144		2 142	Н.	72	1 71		\vdash	+	+
Блок 3.Государстве	нная итоговая аттестация		9 9	324 324	2 304	18																	4 100		z 142	2	. 12	1 /1	9	324 2	\pm	304 18
+ 63.01(F) + 63.02(Д)		8	3 3 36 6 6 36	108 108	2 97	9	-	+	++	+	+	\vdash	\vdash			+++				\vdash							+		3	108 2	+	97 9
+ 63.02(Д) ФТД.Факультативы		8	6 6 36						2 7	2	32 40					\Box										2	72 16	16 40	6		_	207 9

ФТД,01	Социальная реклама	2	2 2	36	72	72 32	40				2 72	32 40								T	i						
ФТД.02	Инновационные технологии в связях с	7	2 2	36	72	72 32	40													2	72 1	16	16 40	0			П

					Итого				Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4	
		Баз.%	Bap.%	ДВ(от Вар.)%	Мин.	з.е. Макс.	Факт	Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4	Всего	Сем. 5	Сем. 6	Всего	Сем. 7	Сем. 8
	Итого (с факультативами)				200	259	244	62	29.25	32.75	60	28	32	60	29	31	62	31	31
	Итого по ОП (без факультативов)				198	249	240	60	29.25	30.75	60	28	32	60	29	31	60	29	31
Б1	Дисциплины (модули)	63%	37%	25.3%	165	210	204	53	29.25	23.75	54	26	28	54	27	27	43	27	16
Б1.О	Обязательная часть				110	134	129	49	29.25	19.75	32	13	19	36	14	22	12	10	2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				55	90	75	4		4	22	13	9	18	13	5	31	17	14
Б2	Практика	22%	78%	0%	27	30	27	7		7	6	2	4	6	2	4	8	2	6
Б2.О	Обязательная часть				6	12	6										6		6
Б2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				6	24	21	7		7	6	2	4	6	2	4	2	2	
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9										9		9
ФТД	Факультативы				2	10	4	2		2							2	2	
	17 (11 7 13	ОП, факу ОП, факу в период	льтативы	(в перио	. ,	ссий)	54.2 54		52 54	54.8 54	-	53.7 54	54.8 54		53.7 54	53 54	-	56.3 54	57.4 54 54
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП без э			•		25	-	32.7	23.8	-	25	24.5	-	23	21.8	-	24	23.6
	1 (7	элективн	ые дисци	плины по	физ.к.		2	-		3	-	3	3	-	3	3	-	201	100
		Блок Б1 в том чис	200 00 200	NOT THEFT	пофи		3292 240	-	572	432 48	-	448 48	448 48	-	416 48	400	-	384	192
		Блок Б2	JIE 110 3/16	скі. дисц.	по ф.к.		14	_		4	<u> </u>	1	2	_	1	2	_	1	3
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок БЗ					2	-			-	-		-			-	-	2
		Блок ФТД	Τ				64	-		32	-			-			-	32	
		Итого по	всем бло	кам			3372	-	572	468	-	449	450	-	417	402	-	417	197
		ЭКЗАМЕ	Н (Эк)					7	4	3	9	4	5	10	5	5	7	4	3
	Обязательные формы контроля	ЗАЧЕТ (7	5	2	8	5	3	7	4	3	8	5	3
	оольштельные формы контроли		СОЦЕНКО					4	1	3	4	2	2	2	2		2	2	
		КУРСОВ	одая рабо	ГА (КР)				1		1	1		1	1		1			
	Процент занятий от аудиторных (%)	лекцион	ных				40.96%												