Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шарипзянова Гюзель Харрясовна
Должность: проректор по учебной работе
Дата подписания: 28.03.2026 13:07:23
Уникальный программный ключ:
6980ea40e36bba2f510aeab9a974e86e01652c64

Одобрено
Ученым советом университета
(протокол от 30.06.2022 № 10)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
_____ Г. Х. Шарипзянова
Дата _____

АКАДЕМИЧЕСКИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Квалификация: Бакалавр
Срок получения образования по стандарту - 4 года
Фактический срок обучения - 4 года 6 месяцев

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль: Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа
Форма обучения: Очно-заочная
Год набора: 2022/2023

1 График учебного процесса

Курсы	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь					Декабрь					Январь				Февраль				Март					Апрель				Май					Июнь					Июль				Август					Теорет. обучение	Рассредоточенная практика*	Экзамен. сессия	Учебн. практика	Произв. практика	Преддипломная практика	ГИА	Каникулы	ВСЕГО
	1 7	8 14	15 21	22 28	29 IX 5 X	6 12	13 19	20 26	27 X 2 XI	3 9	10 16	11 12	13	14	15	16	17	18	29 XII 4 I	5 11	12 18	19 25	26 I 1 II	2 8	9 15	16 22	23 II 1 III	2 8	9 15	16 22	23 29	30 III 5 IV	6 12	13 19	20 26	27 IV 3 V	4 10	11 17	18 24	25 31	1 7	8 14	15 21	22 28	29 VI 5 VII	6 12	13 19	20 26	27 VII 2 VIII	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									
1	=	=	=	=																	Э	Э	К																			Э	Э	У	У	К	К	К	К	К	К	К	К	34	0	4	2	0	0	0	8	48
2																			Э	Э	К	К																			Э	Э	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К	36	0	4	0	2	0	0	10	52
3																			Э	Э	К	К																			Э	Э	П	П	К	К	К	К	К	К	К	К	36	0	4	0	2	0	0	10	52
4																			Э	Э	К	К																			Э	Э	Н	Н	Н	Н	К	К	К	К	К	К	36	0	4	0	4	0	0	8	52
5											Э	Э	Н	Н	Н	Н	ПД	ПД	ПД	ПД	ПД	ПД	Г	Г	Г	Г	К	К	К	К	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	=	10	0	2	0	4	6	4	4	30

Обозначения: Теоретическое обучение; Э – Экзаменационная сессия; У – Учебная практика; П – Производственная практика; ПД – Преддипломная практика; Г – Государственная итоговая аттестация; К – Каникулы; Н – Научно-исследовательская работа; + – Нерабочие праздничные дни; = – Неделя отсутствует

2 Сводные данные по бюджету времени в неделях

3 План учебного процесса

Индекс	Наименование	Распределение по семестрам: Экзамены	Зачеты	Дифференцированные зачёты	Курсовые работы	Курсовые проекты, проекты по проектной деятельности (ППД)	Объем программы и ее блоков в з.е.	Общий объем учебной нагрузки, ак.час	Виды учебной нагрузки, ак.час: Аудиторные занятия: Всего	Лекции	С семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	СРС	Распределение по курсам и семестрам, ауд. час.: 1 курс: 1 семестр 16 недель	2 семестр 18 недель	2 курс: 3 семестр 18 недель	4 семестр 18 недель	3 курс: 5 семестр 18 недель	6 семестр 18 недель	4 курс: 7 семестр 18 недель	8 семестр 18 недель	5 курс: 9 семестр 10 недель
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Б1	**Блок 1 Дисциплины (модули)**						**204**	**7 344**	**2 354**	**624**	**1 678**	**52**	**4 963**	**224**	**278**	**288**	**288**	**252**	**288**	**288**	**288**	**160**
Б1.1	**Обязательная часть**						**77**	**2 772**	**854**	**252**	**572**	**30**	**1 918**	**162**	**144**	**122**	**132**	**84**	**54**	**96**	**60**	
Б1.1.1	История (история России, всеобщая история)	1					2	72	24	12	12		48	24								
Б1.1.2	Философия		3				2	72	18	8	10		54			18						
Б1.1.3	Безопасность жизнедеятельности		1				2	72	30	10	10	10	42	30								
Б1.1.4	Иностранный язык	2, 4, 6	1, 3, 5				12	432	120		120		312	12	36	18	18	18	18			
Б1.1.5	Цифровая грамотность		3				2	72	18	8		10	54			18						
Б1.1.6	Физическая культура и спорт		2				2	72	8	8			64		8							
Б1.1.7	Введение в проектную деятельность		1				2	72	10		10		62	10								
Б1.1.8	Социальная реклама и ее экологические аспекты		3				2	72	20	10		10	52			20						
Б1.1.9	Основы теории коммуникации	1					4	144	30	12	18		114	30								
Б1.1.10	Основы рекламы	1, 2					6	216	78	24	54		138	30	48							
Б1.1.11	Основы связей с общественностью	4, 5			5		7	252	74	24	50		178				38	36				
Б1.1.12	**Социология и психология**						**6**	**216**	**60**	**22**	**38**		**156**						**36**	**24**		
Б1.1.12.1	Социология в рекламе и связях с общественностью	6					4	144	36	12	24		108						36			
Б1.1.12.2	Психология массовых коммуникаций		7				2	72	24	10	14		48							24		
Б1.1.13	**Маркетинг и менеджмент**						**28**	**1 008**	**364**	**114**	**250**		**644**	**26**	**52**	**48**	**76**	**30**		**72**	**60**	
Б1.1.13.1	Основы маркетинга	3, 4	1, 2				13	468	164	52	112		304	26	52	48	38					
Б1.1.13.2	Управление рекламными процессами	5	4				6	216	68	18	50		148				38	30				
Б1.1.13.3	Маркетинговые исследования	8	7		8		5	180	66	22	44		114							36	30	
Б1.1.13.4	Технологии продаж		7, 8				4	144	66	22	44		78							36	30	
Б1.2	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**						**127**	**4 572**	**1 500**	**372**	**1 106**	**22**	**3 045**	**62**	**134**	**166**	**156**	**168**	**234**	**192**	**228**	**160**
Б1.2.1	**Модуль "Проекты и проектная деятельность"**						**18**	**648**	**140**		**140**		**508**		**16**	**32**	**38**	**16**	**22**	**16**		
Б1.2.1.1	Проектная деятельность		2, 3, 4, 5, 6, 7			7	14	504	108		108		396		16	16	22	16	22	16		
Б1.2.1.2	Управление проектами		3				2	72	16		16		56			16						
Б1.2.1.3	Основы технологического предпринимательства		4				2	72	16		16		56				16					
Б1.2.2	**Технологии анализа данных**						**23**	**828**	**242**	**60**	**182**		**559**	**62**	**46**		**26**	**60**	**48**			
Б1.2.2.1	Математические методы в рекламе и связях с общественностью	1					3	108	40	12	28		68	40								
Б1.2.2.2	Информационные технологии медиаанализа	1, 2					7	252	68	18	50		157	22	46							
Б1.2.2.3	Основы кодирования и программирования в Интернет-маркетинге	4, 5					7	252	56	12	44		196				26	30				
Б1.2.2.4	Базы данных в стратегическом планировании коммуникаций	6	5				6	216	78	18	60		138					30	48			
Б1.2.3	**Вербальный контент**						**10**	**360**	**130**	**30**	**100**		**230**				**36**	**30**	**40**	**24**		
Б1.2.3.1	Язык рекламных текстов	4					3	108	36	12	24		72				36					
Б1.2.3.2	Стилистические ресурсы рекламных обращений		5				2	72	30	6	24		42					30				
Б1.2.3.3	Основы копирайтинга	7	6				5	180	64	12	52		116						40	24		
Б1.2.4	**Теория и практика коммуникаций**						**12**	**432**	**188**	**60**	**128**		**244**		**36**				**42**	**30**	**34**	**46**
Б1.2.4.1	Теория и практика массовой информации		2				2	72	36	12	24		36		36							
Б1.2.4.2	Основы интегрированных коммуникаций	7	6				5	180	72	24	48		108						42	30		
Б1.2.4.3	Медиапланирование	9	8				5	180	80	24	56		100								34	46
Б1.2.5	**Коммуникационный консалтинг**						**15**	**540**	**224**	**56**	**168**		**316**			**84**				**60**	**80**	
Б1.2.5.1	Теория и практика деловых коммуникаций в рекламе и связях с общественностью		3				2	72	48	12	36		24			48						
Б1.2.5.2	Коммуникационный консалтинг	8	7				5	180	70	22	48		110							30	40	
Б1.2.5.3	Искусство презентации рекламных проектов		3				2	72	36		36		36			36						
Б1.2.5.4	Поведение потребителей		8				3	108	40	12	28		68								40	
Б1.2.5.5	Регулирование рекламной и PR-деятельности	7					3	108	30	10	20		78							30		
Б1.2.6	**Контент-маркетинг**						**22**	**792**	**214**	**62**	**152**		**578**			**50**	**24**	**30**	**40**	**34**		**36**
Б1.2.6.1	Основы визуальных коммуникаций	3, 4					8	288	74	20	54		214			50	24					
Б1.2.6.2	Контент в цифровых медиа	5, 6					7	252	70	18	52		182					30	40			
Б1.2.6.3	Управление контентом в социальных сетях	7					3	108	34	12	22		74							34		
Б1.2.6.4	Блогтинг	9					4	144	36	12	24		108									36
Б1.2.7	**Брендинг**						**17**	**612**	**222**	**70**	**152**		**390**				**32**	**42**	**28**	**78**	**42**	
Б1.2.7.1	Основы брендинга	5, 6					6	216	74	20	54		142				32	42				
Б1.2.7.2	Бренд-менеджмент	8	7				5	180	66	24	42		114							28	38	
Б1.2.7.3	Управление репутацией бренда		8				3	108	40	12	28		68								40	
Б1.2.7.4	Оценка эффективности бренда	9					3	108	42	14	28		66									42
Б1.2.ЭД	**Элективные дисциплины**						**10**	**360**	**140**	**34**	**84**	**22**	**220**		**36**		**32**				**36**	**36**
Б1.2.ЭД.1	**Элективные дисциплины 1**						**3**	**108**	**36**	**12**	**24**		**72**		**36**							
Б1.2.ЭД.1.1	Офисный редактор в цифровой среде	2					3	108	36	12	24		72		36							
Б1.2.ЭД.1.2	Программные средства визуального редактирования в цифровой среде	2					3	108	36	12	24		72		36							
Б1.2.ЭД.2	**Элективные дисциплины 2**						**5**	**180**	**72**	**12**	**60**		**72**								**36**	**36**
Б1.2.ЭД.2.1	Социальные медиа в мобильной цифровой среде	9	8				5	180	72	12	60		108								36	36
Б1.2.ЭД.2.2	Основы SMM и таргетинга в социальных сетях интернет	9	8				5	180	72	12	60		108								36	36
Б1.2.ЭД.3	**Элективные дисциплины 3**						**2**	**72**	**32**	**10**		**22**	**72**				**32**					
Б1.2.ЭД.3.1	Инновационное материаловедение в маркетинговых коммуникациях		4				2	72	32	10		22	40				32					
Б1.2.ЭД.3.2	Материалы современных рекламоносителей		4				2	72	32	10		22	40				32					
Б2	**Блок 2 Практики**						**30**															
Б2.1	**Обязательная часть**						**21**															
Б2.1.1	**Модуль "Проекты и проектная деятельность"**						**21**															
Б2.1.1.1	Производственная практика (научно-исследовательская работа)			8, 9			12															
Б2.1.1.2	Производственная практика (преддипломная)			9			9															
Б2.2	**Часть, формируемая участниками образовательных отношений**						**9**															
Б2.2.1	Учебная практика (профессионально-ознакомительная)			2			3															
Б2.2.2	Производственная практика (профессионально-творческая)			4, 6			6															
Б.3	**Блок 3 Государственная итоговая аттестация (защита ВКР)**						**6**															
Б.3.1	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы						6															

Факультативные дисциплины**		Семестр	Объем в з.е.	Аудиторные занятия, ак.час: Всего	Лекции	Сем./Пр.	Лаб.
ФТД.1	Государственные программы и проекты	6	2	24	12	12	
ФТД.2	Разработка рекламного и PR-продукта	7	2	24	12	12	
ФТД.3	Психология	5	2	36	12	24	

4 Сводные данные по объемам программы

Блок 1. Дисциплины, з.е.	204	Аудиторные занятия, ак.час в неделю	14	15	16	16	14	16	16	16	16
Блок 2. Практика, з.е.	30	Число экзаменов	5	4	2	6	5	5	4	3	4
Блок 3. ГИА, з.е.	6	Число зачётов	4	4	8	4	4	3	6	5	
Всего, з.е.	240	Число дифференцированных зачётов		1		1		1		1	2
		Число курсовых работ					1			1	
		Число курсовых проектов, ППД							1		
		Объем программы, з.е. в семестр	23	25	24	31	24	29	24	28	32

* В графике учебного процесса рассредоточенная практика обозначается соответствующей буквой в нижней части ячейки. Недели рассредоточенной практики включаются в количество недель теоретического обучения
** Форма промежуточной аттестации по факультативным дисциплинам – зачет

Директор департамента по образовательной политике
А.Б. Максимов

Декан факультета
А.В. Назаренко

Заведующий кафедрой
Ю.О.Алтунина

Номер АУП 000018078