

План одобрен Ученым советом ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко"
Протокол № 7 от 26.03.2025

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ГОУ "ПГУ им. Т.Г. Шевченко"

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

_____ В.В.Соколов

20 г.

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: PR-технологии в современной коммуникативной индустрии
Кафедра: Рекламы и связей с общественностью
Факультет: Факультет государственного управления и социально-гуманитарных наук

Квалификация: магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) _____ 2025

Форма обучения: Очная форма

Образовательный стандарт (ФГОС) _____ № 528 от 08.06.2017

Срок получения образования: 2 г.

	Основной	Типы задач профессиональной деятельности
+	+	организационно-управленческий
+	+	проектно-аналитический
+	-	производственно-технологический
-	-	авторский
-	-	научно-исследовательский
-	-	педагогический

СОГЛАСОВАНО

Проректор по образовательной политике и менеджменту качества обучения, председатель НМС университета _____ / О.В. Еремеева/

Начальник Учебно-методического управления _____ / Е.Ф. Командарь/

Директор _____ / Е.М. Бобкова/

Зав. кафедрой _____ / Л.В. Колодка/

Разработчик _____ / О.В. Леонтьева/

Руководитель образовательной программы _____ / О.В. Леонтьева/

Учебный план магистратуры 'g42.04.01 PR-ТвСКИ 2025.xlsx', код направления 42.04.01, программа магистратуры: ПРСКИ, год начала подготовки 2025

* Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	5 дн	4 дн	9 дн	4 дн	3 дн	7 дн	16 дн
Продолжительность	160 дн	205 дн	365 дн	160 дн	205 дн	365 дн	

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад.часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра	
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование
Считать в плане	Индекс	Наименование					81	81	2916	2916	1102	1418	396		25	23	21	12			
Блок 1.Дисциплины (модули)							41	41	1476	1476	598	598	698	180	14	19	5	3			
Обязательная часть																					
+	Б1.О.01	Методика и методология научного исследования			1		3	3	108	108	32	32	76		3				134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.02	Управление агентством рекламы и связей с общественностью		4			3	3	108	108	42	42	66				3		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.03	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	1		2		8	8	288	288	112	112	140	36	5	3			134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.04	Теория и практика коммуникации в цифровой сфере	12			2	8	8	288	288	112	112	104	72	4	4			134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.05	Коммуникативные технологии в сфере GR		2			3	3	108	108	48	48	60			3			134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.06	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере		3			2	2	72	72	36	36	36				2		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.07	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	3		2	3	6	6	216	216	96	96	84	36		3	3		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.08	Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью		2			3	3	108	108	48	48	60			3			134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.О.ДВ.01	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности	2				5	5	180	180	72	72	72	36	2	3					
+	Б1.О.ДВ.01.01	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (английский)	2				5	5	180	180	72	72	72	36	2	3			45	ФФ: Иностранных языков	
-	Б1.О.ДВ.01.02	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (немецкий)	2				5	5	180	180	72	72	72	36	2	3			45	ФФ: Иностранных языков	
-	Б1.О.ДВ.01.03	Иностранный язык в сфере профессиональной деятельности (французский)	2				5	5	180	180	72	72	72	36	2	3			45	ФФ: Иностранных языков	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							40	40	1440	1440	504	504	720	216	11	4	16	9			
+	Б1.В.01	История и философия науки			1		3	3	108	108	36	36	72		3				134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.02	Современные кросс-медийные коммуникации	3				4	4	144	144	48	48	60	36			4		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.03	Управление конфликтами в рекламе и связях с общественностью	2				4	4	144	144	48	48	60	36		4			134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.04	Правовое регулирование медиа			1		3	3	108	108	32	32	76		3				134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.05	Редакторское дело в рекламе и связях с общественностью	1				5	5	180	180	48	48	96	36	5				134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.06	Антикризисные коммуникационные стратегии			3		2	2	72	72	36	36	36				2		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.07	Ивент-менеджмент в общественно-культурном пространстве		4			2	2	72	72	28	28	44					2	134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.08	Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	3				4	4	144	144	48	48	60	36			4		134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	4				4	4	144	144	42	42	66	36				4			
+	Б1.В.ДВ.01.01	Современная медиа культура в бизнес коммуникациях	4				4	4	144	144	42	42	66	36				4	134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
-	Б1.В.ДВ.01.02	Медиа культура в публичных коммуникациях	4				4	4	144	144	42	42	66	36				4	134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	4				3	3	108	108	42	42	30	36				3			
+	Б1.В.ДВ.02.01	Социальные сети как средство коммуникации	4				3	3	108	108	42	42	30	36				3	134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
-	Б1.В.ДВ.02.02	Социальные медиа	4				3	3	108	108	42	42	30	36				3	134	ФГУИСГН: Рекламы и связей с общественностью	
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)			3		3	3	108	108	48	48	60				3				

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра			
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование		
+	Б1.В.ДВ.03.01	Индустрия визуальных коммуникаций			3		3	3	108	108	48	48	60					3		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Интеграция бренда в визуальных коммуникациях			3		3	3	108	108	48	48	60					3		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)			3		3	3	108	108	48	48	60					3					
+	Б1.В.ДВ.04.01	Коммуникационные стратегии продвижения продаж			3		3	3	108	108	48	48	60					3		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
-	Б1.В.ДВ.04.02	Управление каналами продаж			3		3	3	108	108	48	48	60					3		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
Блок 2.Практика							30	30	1080	1080	28	28	1052			1080	3	9	9	9			
Обязательная часть							18	18	648	648	20	20	628			648	3	3	3	9			
+	Б2.О.01	Производственная практика		1	2344		18	18	648	648	20	20	628		648	3	3	3	9				
+	Б2.О.01.01(Н)	Производственная (научно-исследовательская работа)		1	234		12	12	432	432	16	16	416		432	3	3	3	3	134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
+	Б2.О.01.02(Пд)	Производственная практика (преддипломная)			4		6	6	216	216	4	4	212		216				6	134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							12	12	432	432	8	8	424		432			6	6				
+	Б2.В.01	Производственная практика		2	3		12	12	432	432	8	8	424		432			6	6				
+	Б2.В.01.01(П)	Производственная (профессионально-творческая)		2	3		12	12	432	432	8	8	424		432			6	6	134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	8	8	244	72						9			
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	4				3	3	108	108	6	6	66	36					3	134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4				6	6	216	216	2	2	178	36					6	134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
ФТД.Факультативные дисциплины							6	6	216	216	124	124	92					2	2	2			
+	ФТД.01	Тайм - менеджмент		2			2	2	72	72	48	48	24					2		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
+	ФТД.02	Основы переговорного процесса в связях с общественностью			3		2	2	72	72	48	48	24					2		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		
+	ФТД.03	Презентация данных в рекламе и связях с общественностью		4			2	2	72	72	28	28	44					2		134	ФГУиСГН: Рекламы и связей с общественностью		

№	Индекс	Наименование	Семестр 3										Семестр 4										Итого за курс										Каф.	Семестр					
			Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя	Контроль	Академических часов						з.е.	Неделя										
				Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр	СР				Контр оль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб	Пр				СР	Контр оль	Всего	Кон такт.	Лек	Лаб			Пр	СР	Контр оль							
ИТОГО (с факультативами)				1152								32	20 1/6		1152								32	20 5/6		2304						64	41						
ИТОГО по ОП (без факультативов)				1080								30			1080								30			2160					60								
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (акад.час/нед)		ОП, факультативы (в период ТО)		53.3											48										50.7														
		ОП, факультативы (в период экз. сес.)		54											54										54														
		Аудиторная нагрузка		25.7											20.6										23.2														
		Контактная работа		25.7											20.6										23.2														
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)				756	312	142			170	336	108	21	ТО: 12 1/6 Э: 2		432	154	72			82	206	72	12	ТО: 7 1/2 Э: 1 1/3		1188	466	214			252	542	180	33	ТО: 19 2/3 Э: 3 1/3				
1	Б1.0.02	Управление агентством рекламы и связей с общественностью												За	108	42	20			22	66		3			За	108	42	20			22	66		3		134	4	
2	Б1.0.06	Стратегический менеджмент в коммуникационной сфере	За	72	36	16			20	36		2														За	72	36	16			20	36		2		134	3	
3	Б1.0.07	Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью	Эк КР	108	48	22			26	24	36	3													Эк КР	108	48	22			26	24	36	3		134	23		
4	Б1.В.02	Современные кросс-медийные коммуникации	Эк	144	48	22			26	60	36	4													Эк	144	48	22			26	60	36	4		134	3		
5	Б1.В.06	Антикризисные коммуникационные стратегии	ЗаО	72	36	16			20	36		2													ЗаО	72	36	16			20	36		2		134	3		
6	Б1.В.07	Ивент-менеджмент в общественно-культурном пространстве												За	72	28	12			16	44		2			За	72	28	12			16	44		2		134	4	
7	Б1.В.08	Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	Эк	144	48	22			26	60	36	4													Эк	144	48	22			26	60	36	4		134	3		
8	Б1.В.ДВ.01.01	Современная медиа культура в бизнес коммуникациях												Эк	144	42	20			22	66	36	4			Эк	144	42	20			22	66	36	4		134	4	
9	Б1.В.ДВ.01.02	Медиа культура в публичных коммуникациях												Эк	144	42	20			22	66	36	4			Эк	144	42	20			22	66	36	4		134	4	
10	Б1.В.ДВ.02.01	Социальные сети как средство коммуникации												Эк	108	42	20			22	30	36	3			Эк	108	42	20			22	30	36	3		134	4	
11	Б1.В.ДВ.02.02	Социальные медиа												Эк	108	42	20			22	30	36	3			Эк	108	42	20			22	30	36	3		134	4	
12	Б1.В.ДВ.03.01	Индустрия визуальных коммуникаций	ЗаО	108	48	22			26	60		3													ЗаО	108	48	22			26	60		3		134	3		
13	Б1.В.ДВ.03.02	Интеграция бренда в визуальных коммуникациях	ЗаО	108	48	22			26	60		3													ЗаО	108	48	22			26	60		3		134	3		
14	Б1.В.ДВ.04.01	Коммуникационные стратегии продвижения продаж	ЗаО	108	48	22			26	60		3													ЗаО	108	48	22			26	60		3		134	3		
15	Б1.В.ДВ.04.02	Управление каналами продаж	ЗаО	108	48	22			26	60		3													ЗаО	108	48	22			26	60		3		134	3		
16	ФТД.02	Основы переговорного процесса в связях с общественностью	ЗаО	72	48	22			26	24		2													ЗаО	72	48	22			26	24		2		134	3		
17	ФТД.03	Презентация данных в рекламе и связях с общественностью												За	72	28	12	16			44		2			За	72	28	12	16		44		2		134	4		
ПРАКТИКИ			(План)		324	8	8			316		9	6		324	8	8			316		9	6			648	16	16			632		18	12					
	Б2.В.01.01(П)	Производственная (профессионально-творческая)	ЗаО	216	4	4			212			6	4												ЗаО	216	4	4			212		6	4	4	134	23		
	Б2.О.01.01(Н)	Производственная (научно-исследовательская работа)	ЗаО	108	4	4			104			3	2	ЗаО	108	4	4			104			3	2	ЗаО(2)	216	8	8			208		6	4	4	134	1234		
	Б2.О.01.02(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	ЗаО	216	4	4			212			6	4	ЗаО	216	4	4			212			6	4	ЗаО	216	4	4			212		6	4	4	134	4		
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)												324	8	8			244	72	9	6			324	8	8			244	72	9	6					
	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена												Эк	108	6	6			66	36	3			Эк	108	6	6			66	36	3		134	4			
	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы												Эк	216	2	2			178	36	6	4		Эк	216	2	2			178	36	6	4	4	134	4		
ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ				Эк(3) За ЗаО(6) КР										Эк(4) За(3) ЗаО(2)										Эк(7) За(4) ЗаО(8) КР															
КАНИКУЛЫ																																			2		8		10

		Итого						Курс 1			Курс 2		
		Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.			Всего	Сем. 1	Сем. 2	Всего	Сем. 3	Сем. 4
					Мин.	Макс.	Факт						
	Итого (с факультативами)				98	130	126	62	28	34	64	32	32
	Итого по ОП (без факультативов)				96	120	120	60	28	32	60	30	30
B1	Дисциплины (модули)	51%	49%	32.5%	60	81	81	48	25	23	33	21	12
B1.O	Обязательная часть					41	41	33	14	19	8	5	3
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					40	40	15	11	4	25	16	9
B2	Практика	60%	40%	0%	30	30	30	12	3	9	18	9	9
B2.O	Обязательная часть					18	18	6	3	3	12	3	9
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений					12	12	6		6	6	6	
B3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
ФТД	Факультативные дисциплины				2	10	6	2		2	4	2	2
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					52.2	-	49	57.6	-	53.3	48
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					54	-	54	54	-	54	54
		в период гос. экзаменов						-			-		54
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					22.8	-	19.3	26	-	25.7	20.6
		Суммарная контактная работа (акад. час)											
	Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					1102	-	312	324	-	312	154
		Блок Б2					28	-	4	8	-	8	8
		Блок Б3					8	-			-		8
		Блок ФТД					124	-		48	-	48	28
		Итого по всем блокам					1262	-	316	380	-	368	198
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)						6	3	3	7	3	4
		ЗАЧЕТ (За)						4	1	3	3	1	2
		ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						6	3	3	7	5	2
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)						1		1	1	1	
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					40.84%						
		в интерактивной форме					18.3%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					49.2%							
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					37.79%							