

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Кубанский государственный университет"

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 11 от 29.05.2026

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Реклама и связи с общественностью в СМИ
Кафедра: Рекламы и связей с общественностью
Факультет: журналистики

Квалификация: <u>Магистр</u>
Форма обучения: <u>Очная</u>
Срок получения образования: <u>2 г.</u>

Год начала подготовки (по учебному плану) 2026
Учебный год 2026-2027
Образовательный стандарт (ФГОС) № 528 от 08.06.2017

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
06.008	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВУ ПРОДУКЦИИ СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ И ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ

Типы задач профессиональной деятельности
научно-исследовательский
организационно-управленческий

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе, качеству образования - первый проректор





Начальник УМУ

Декан

Зам. декана по учебной работе

Председатель учебно-методической комиссии

Руководитель магистерской программы

 / Хагуров Т.А./
 / Карапетян Ж.О./
 / Касьянов В.В./
 / Хлопунова О.В./
 / Хлопунова О.В./
 / Патюкова Р.В./



-	-	-	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			
Считать в плане	Индекс	Наименование																						
Блок 1.Дисциплины (модули)								72	72	2592	2592	644.2	638	1573.4	374.4		21	15	21	15				
Обязательная часть								39	39	1404	1404	369.4	366	838.4	196.2		18	12	6	3				
+	Б1.О.01	Системный анализ и принятие решений (в рекламе и связях с общественностью)		1				2	2	72	72	24.2	24	47.8		2				54	Общего, стратегического, информационного менеджмента и			
+	Б1.О.02	Управление проектами (в рекламе и связях с общественностью)		2				2	2	72	72	24.2	24	47.8			2			74	Социальной работы, психологии и педагогики высшего образования			
+	Б1.О.03	Психология профессиональной деятельности		2				2	2	72	72	24.2	24	47.8			2			65	Экономики предприятия,			
+	Б1.О.04	Практика межкультурной коммуникации в профессиональной сфере		2				2	2	72	72	24.2	24	47.8			2			97	Истории России			
+	Б1.О.05	Иностранный язык в профессиональной деятельности		1				2	2	72	72	24.2	24	47.8		2				3	Английского языка в профессиональной сфере			
+	Б1.О.06	Технологии личного роста		1				2	2	72	72	24.2	24	47.8		2				65	Экономики предприятия,			
+	Б1.О.07	Медиалингвистика	1					4	4	144	144	24.3	24	84	35.7					71	Рекламы и связей с общественностью			
+	Б1.О.08	Типология СМК	12					7	7	252	252	52.6	52	128	71.4		4	3			71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.О.09	Прикладные аспекты рекламной и PR-деятельности	12			2		7	7	252	252	54.6	54	135	62.4		4	3			71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.О.10	Риторика и коммуникативная прагматика		4				3	3	108	108	32.2	32	75.8					3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.О.11	Управление информацией в цифровых экосистемах	3					3	3	108	108	36.3	36	45	26.7				3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.О.12	Современный медиатекст		3				3	3	108	108	24.2	24	83.8				3			71	Рекламы и связей с общественностью		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								33	33	1188	1188	274.8	272	735	178.2		3	3	15	12				
+	Б1.В.01	Тенденции развития социальных медиаресурсов	3					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7				3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.02	Художественно-техническое оформление сетевого издания	4					3	3	108	108	24.3	24	48	35.7					3	71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.03	Инновационные технологии в рекламе и связях с общественностью		4				3	3	108	108	32.2	32	75.8						3	71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.04	Медиапланирование	2					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7			3			71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.05	Система менеджмента информационного агентства	3					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7				3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.06	Веб-дизайн сайта		4				3	3	108	108	32.2	32	75.8					3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.07	Научно-исследовательский семинар 1		1				3	3	108	108	24.2	24	83.8		3					71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.08	Научно-исследовательский семинар 2		3				3	3	108	108	24.2	24	83.8					3		71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	3					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7					3				
+	Б1.В.ДВ.01.01	Правовые аспекты рекламной и PR-деятельности	3					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7					3	71	Рекламы и связей с общественностью		
-	Б1.В.ДВ.01.02	Современное информационное право	3					3	3	108	108	24.3	24	57	26.7					3	71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	3					3	3	108	108	24.2	24	83.8						3				
+	Б1.В.ДВ.02.01	Современная пресс-служба		3				3	3	108	108	24.2	24	83.8						3	71	Рекламы и связей с общественностью		
-	Б1.В.ДВ.02.02	Организация работы отдела по связям с общественностью		3				3	3	108	108	24.2	24	83.8						3	71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	4					3	3	108	108	16.3	16	56	35.7					3				
+	Б1.В.ДВ.03.01	Организация и контроль выпуска корпоративного продукта	4					3	3	108	108	16.3	16	56	35.7					3	71	Рекламы и связей с общественностью		
-	Б1.В.ДВ.03.02	Организация и контроль выпуска рекламного продукта	4					3	3	108	108	16.3	16	56	35.7					3	71	Рекламы и связей с общественностью		
Блок 2.Практика								39	39	1404	1404	13		1391			9	15		15				
Обязательная часть								39	39	1404	1404	13		1391			9	15		15				
+	Б2.О.01	Производственная практика			124			39	39	1404	1404	13		1391			9	15		15				
+	Б2.О.01.01(П)	Профессионально-творческая практика			1			9	9	324	324	3		321		9					71	Рекламы и связей с общественностью		
+	Б2.О.01.02(Н)	Научно-исследовательская работа			2			15	15	540	540	5		535			15				71	Рекламы и связей с общественностью		

ПланСвод Учебный план магистратуры '42.04.01 Реклама и связи общественностью ОФО (2026).plx', код направления 42.04.01, программа магистратуры : Реклама и связи с общественно

-	-	-	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																				
+	Б2.О.01.03(Пд)	Преддипломная практика			4		15	15	540	540	5		535							15	71	Рекламы и связей с общественностью
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	25.5		298.5							9		
+	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы					3	3	108	108	25		83							3	71	Рекламы и связей с общественностью
+	Б3.02(Д)	Защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	0.5		215.5							6	71	Рекламы и связей с общественностью
ФТД.Факультативные дисциплины							2	2	72	72	24.4	24	47.6			1		1				
+	ФТД.01	Репутационный менеджмент		1			1	1	36	36	12.2	12	23.8			1				71	71	Рекламы и связей с общественностью
+	ФТД.02	PR-коммуникации на английском языке		3			1	1	36	36	12.2	12	23.8					1		71	71	Рекламы и связей с общественностью

		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		122	61	31	30	61	22	39
	Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	30	30	60	21	39
B1	Дисциплины (модули)	54%	46%	27.2%	60		72	36	21	15	36	21	15
B1.O	Обязательная часть						39	30	18	12	9	6	3
B1.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						33	6	3	3	27	15	12
B2	Практика	100%	0%	0%	30		39	24	9	15	15		15
B2.O	Обязательная часть						39	24	9	15	15		15
B2.B	Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
B3	Государственная итоговая аттестация				6	9	9				9		9
ФТД	Факультативные дисциплины				2	10	2	1	1		1	1	
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					57.3	-	57.1	56.4	-	57.1	58.6
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					51.1	-	53.6	53.5	-	53.4	42.9
		в период гос. экзаменов						-			-		
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					16.2	-	15.2	18	-	15.2	17.2
		Суммарная контактная работа (акад. час)					644.2	-	181.7	143.5	-	181.8	137.2
		Блок Б1					13	-	3	5	-		5
		Блок Б2					25.5	-			-		25.5
		Блок Б3					24.4	-	12.2		-	12.2	
		Блок ФТД					707.1	-	196.9	148.5	-	194	167.7
	Итого по всем блокам												
	Аудиторная нагрузка (акад.час/нед)	ОП					16	-	15	17.8	-	15	17
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)						6	3	3	6	4	2
		ЗАЧЕТ (За)						7	4	3	6	3	3
		КУРСОВАЯ РАБОТА (КР)						1		1			
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					16.93%						
		в интерактивной форме					7.5%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)					65%							
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)					24.85%							

НОРМЫ Учебный план магистратуры '42.04.01 Реклама и связи общественностью ОФО (2026).plx', код направления 42.04.01, программа магистратуры: 42040101, год начала подготовки 2026

Нормы часов (акад.)	
Академических часов в одной зачетной единице трудоемкости (з.е.)	36
Максимальная учебная нагрузка в неделю в период ТО (акад.час/нед)	60
Максимальная учебная нагрузка в неделю в период экз. сессий (акад.час/нед)	60
Минимальный объем контактной работы в неделю (акад.час/нед)	0
Максимальный объем контактной работы в неделю (акад.час/нед)	21