

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
Национальный исследовательский Томский государственный университет



УТВЕРЖДАЮ

[Signature]
Луков Е.В.
июня 2023 г.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

План одобрен Ученым советом факультета
психологии

Протокол № от

42.04.01

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Цифровой бренд-менеджмент

Программа магистратуры: Цифровой бренд-менеджмент
Кафедра: каф. социальных коммуникаций
Факультет: психологии

Квалификация: Магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2023

Форма обучения: Очная

Образовательный стандарт (СУОС) 646/02 от 05.07.2016.

Срок получения образования: 2 г.

Код	Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты
11	СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ
11.006	РЕДАКТОР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Типы задач профессиональной деятельности
организационно-управленческий
проектно-аналитический
научно-исследовательский

СОГЛАСОВАНО

Начальник Учебного управления
Начальник отдела сопровождения образовательных программ

[Signature] / Игнатьева М.А./
[Signature] / Цой Г.А./

Декан факультета

[Signature] / Баланев Д.Ю./

Руководитель ООП

[Signature] / Спичева Д.И./

План 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

-	-	-	Форма контроля			з.е.	Итого акад.часов										Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.		Факт	По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Пр	КРТО	КРИ	СР	КРАТ	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код
Блок 1.Дисциплины (модули)						60	2160	728.9	654	188	466	36.2		1145.8	38.7	285.3	42	25	29	6			
Обязательная часть						30	1080	369.8	338	78	260	18.9		615.1	12.9	95.1	18	14	16				
<input type="checkbox"/>	Б1.О.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие		222		9	324	101.55	96	4	92	5.55		222.45					9				
<input type="checkbox"/>	Б1.О.01.01	Лидерство и руководство командной работой		2		3	108	17.05	16		16	1.05		90.95					3			137	Факультет психологии
<input type="checkbox"/>	Б1.О.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language		2		3	108	54.85	52		52	2.85		53.15					3			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.01.03	Межкультурное взаимодействие		2		3	108	29.65	28	4	24	1.65		78.35					3			108	каф. романо-германской филологии
<input type="checkbox"/>	Б1.О.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	1			3	108	33.7	28	8	20	1.4		42.6	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций		1		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере		2		3	108	35.8	30	4	26	1.5		40.5	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.05	Основы бренд-менеджмента		1		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента		2		2	72	25.2	24	10	14	1.2		46.8			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.07	Событийные коммуникации брендов в интернет		2		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.08	Менеджмент on-line и off-line кампаний по рекламе и связям с общественностью		1		2	72	33.85	32	10	22	1.85		38.15			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	1			3	108	37.9	32	10	22	1.6		38.4	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.О.10	Основы профессиональной деятельности		1		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						30	1080	359.1	316	110	206	17.3		530.7	25.8	190.2	24	11	13	6			
<input type="checkbox"/>	Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	2			4	144	33.7	28	12	16	1.4		78.6	4.3	31.7	2	4				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	3	2		4	144	52.85	46	16	30	2.55		59.45	4.3	31.7	4	2	2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	1			3	108	31.6	26	10	16	1.3		44.7	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа		1		2	72	19.15	18	6	12	1.15		52.85			2	2				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making		3		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2		2			142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	1			3	108	58.9	52	16	36	2.6		17.4	4.3	31.7	2	3					
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	1			3	108	58.9	52	16	36	2.6		17.4	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input checked="" type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	1			3	108	58.9	52	16	36	2.6		17.4	4.3	31.7	2	3				142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	1			3	108	29.5	24	8	16	1.2		46.8	4.3	31.7	2	3					
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	1			3	108	29.5	24	8	16	1.2		46.8	4.3	31.7	2	3				168	Институт экономики и менеджмента
<input checked="" type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	1			3	108	29.5	24	8	16	1.2		46.8	4.3	31.7	2	3				168	Институт экономики и менеджмента
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)		2		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2					

План 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

	Индекс	Наименование	Форма контроля			з.е.	Итого акад.часов											Курс 1		Курс 2		Закрепленная кафедра		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.		По плану	Конт. раб.	Ауд.	Лек	Пр	КРТО	КРИ	СР	КРАТТ	Конт роль	Пр. подгот	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	Код	Наименование	
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом		2		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2		2			142	каф. социальных коммуникаций	
<input checked="" type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории		2		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2		2			142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	2			3	108	35.8	30	10	20	1.5		40.5	4.3	31.7	2		3					
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	2			3	108	35.8	30	10	20	1.5		40.5	4.3	31.7	2		3			142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	2			3	108	35.8	30	10	20	1.5		40.5	4.3	31.7	2		3			142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)		3		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2			2				
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики		3		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2			2		142	каф. социальных коммуникаций	
<input checked="" type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику		3		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2			2		142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)		2		2	72	21.25	20	8	12	1.25		50.75			2			2				
<input type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге		2		2	72	21.25	20	8	12	1.25		50.75			2			2		142	каф. социальных коммуникаций	
<input checked="" type="checkbox"/>	Б1.В.ДВ.06.02	Организационная диагностика		2		2	72	21.25	20	8	12	1.25		50.75			2			2		142	каф. социальных коммуникаций	
Блок 2.Практика						54	1944	32						32	1912			1804	3	3	24	24		
Обязательная часть						54	1944	32						32	1912			1804	3	3	24	24		
<input type="checkbox"/>	Б2.О.01	Учебная практика		13		6	216	8						8	208			208	3		3			
<input type="checkbox"/>	Б2.О.01.01(У)	Ознакомительная практика		1		3	108	4						4	104			104	3			142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика		3		3	108	4						4	104			104		3		142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08	Производственная практика		23	3344	48	1728	24						24	1704			1596		3	21	24		
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа		2	3	12	432	8						8	424			424		3	9		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика			3	9	324	4						4	320			212			9		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика		3		3	108	4						4	104			104		3		142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика			4	15	540	4						4	536			536			15		142	каф. социальных коммуникаций
<input type="checkbox"/>	Б2.О.08.05(Пд)	Преддипломная практика			4	9	324	4						4	320			320			9		142	каф. социальных коммуникаций
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						6	216	4						4	212							6		
<input type="checkbox"/>	Б3.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	4			6	216	4						4	212						6	142	каф. социальных коммуникаций	
ФТД.Факультативные дисциплины						4	144	50.9	48	16	32	2.9		93.1			4	2		2				
<input type="checkbox"/>	ФТД.01	"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании		3		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2			2		142	каф. социальных коммуникаций	
<input type="checkbox"/>	ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы		1		2	72	25.45	24	8	16	1.45		46.55			2	2				142	каф. социальных коммуникаций	
Итого з.е./акад.часов (без факультативов)						120	4320	764.9	654	188	466	36.2	36	3269.8	38.7	285.3	1846	28	32	30	30			
Недельная нагрузка в периодах обучения (акад.час/нед)																		47.5	58.5	47				
Контактная работа (акад.час/нед)																		19.8	19.8	19.4				
з.е. на курсах (без факультативов)																		60		60				

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Содержание	Тип
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК
ИУК 1.1	Выявляет проблемную ситуацию, на основе системного подхода осуществляет её многофакторный анализ и диагностику.	-
ИУК 1.2	Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации.	-
ИУК 1.3	Предлагает и обосновывает стратегию действий с учетом ограничений, рисков и возможных последствий.	-
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК
ИУК 2.1	Формулирует цель проекта, обосновывает его значимость и реализуемость.	-
ИУК 2.2	Разрабатывает программу действий по решению задач проекта с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.	-
ИУК 2.3	Обеспечивает выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами.	-
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, выработывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК
ИУК 3.1	Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	-
ИУК 3.2	Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения) и индивидуальных возможностей членов команды.	-
ИУК 3.3	Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.	-
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического и профессионального взаимодействия	УК
ИУК 4.1	Обосновывает выбор актуальных коммуникативных технологий для обеспечения академического и профессионального взаимодействия.	-
ИУК 4.2	Применяет современные средства коммуникации в процессе академического и профессионального взаимодействия, в том числе на Иностранном языке.	-
ИУК 4.3	Оценивает эффективность применения современных коммуникативных технологий в академическом и профессиональном взаимодействиях.	-
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК
ИУК 5.1	Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями.	-
ИУК 5.2	Организовывает и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.	-
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК
ИУК 6.1	Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы профессиональной деятельности.	-
ИУК 6.2	Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.	-
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК 1.1	Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке.	-
ИОПК 1.2	Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.	-
ИОПК 1.3	Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	-
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК
ИОПК 2.1	Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию.	-
ИОПК 2.2	Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества.	-
ИОПК 2.3	Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.	-
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК
ИОПК 3.1	Применяет социокультурный анализ, определяет коммуникационные цели, задачи, основные тезисы коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту.	-
ИОПК 3.2	Определяет релевантные способы создания медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов для управления брендом, в т.ч. на иностранном языке.	-
ИОПК 3.3	Интегрирует коммуникационную стратегию в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т.д.	-
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК
ИОПК 4.1	Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	-
ИОПК 4.2	Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик.	-
ИОПК 4.3	Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	-
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК
ИОПК 5.1	Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.	-
ИОПК 5.2	Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью.	-
ИОПК 5.3	Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	-
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК
ИОПК 6.1	Владеет современными интернет- технологиями PR-деятельности.	-

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Содержание	Тип
ИОПК 6.2	Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data).	-
ИОПК 6.3	Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.	-
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК
ИОПК 7.1	Умеет описывать проблемы и ситуации в медиасфере, используя язык и аппарат гуманитарных и социальных наук.	-
ИОПК 7.2	Владеет технологиями личного брендинга.	-
ИОПК 7.3	Знает основы психологии, владеет техниками взаимодействия с аудиторией (в т.ч. техникой публичного выступления), умеет получать обратную связь в процессе коммуникации.	-
ПК-1	Способен осуществлять научно-исследовательские мероприятия в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью	-
ИПК 1.1	Имеет опыт проведения исследований академического и проектного типов в коммуникационной сфере (в т.ч. в целях рецензирования и экспертизы научно-методических и учебно-методических материалов, обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП)	-
ИПК 1.2	Использует основные концепции и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач, способен анализировать социально значимые проблемы и процессы рекламы и связей с общественностью (в т.ч. для разработки научно-методических и учебно-методических материалов обеспечивающих реализацию программ проф.обучения, СПО и ДПП).	-
ИПК 1.3	Представляет результаты научных и научно-практических исследований в on- и off-line форматах, в т.ч. и в процессе публичных выступлений (в т.ч. в процессе преподавания).	-
ПК-2	Способен к разработке коммуникационной стратегии	-
ИПК 2.1	Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности).	-
ИПК 2.2	Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).	-
ИПК 2.3	Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности).	-
ПК-3	Способен к организации, продвижению и брендированию коммуникационных ресурсов	-
ИПК 3.1	Организует маркетинговые исследования on- offline в области коммуникаций.	-
ИПК 3.2	Разрабатывает стратегии продвижения коммуникационных ресурсов при помощи интегрированных маркетинговых коммуникаций с учетом оценки эффективности результатов продвижения.	-
ИПК 3.3	Организует мероприятия, способствующие формированию и продвижению бренда (в т.с. в целях реализации продукции СМИ, увеличения продаж).	-
ПК-4	Способен к управлению прямыми и опосредованными (в т.ч. электронными) коммуникациями, в т.ч. B2B и B2C	-
ИПК 4.1	Организует работу по выбору темы, созданию и редактированию контента (в т.ч. по подготовке собственных и авторских материалов).	-
ИПК 4.2	Умеет планировать, организовывать и проводить специальные события, реализуемые онлайн и оффлайн.	-

СПРАВОЧНИК КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Содержание	Тип
ИПК 4.3	Организует процессы формирования, модернизации и продвижения коммуникации бренда во внутренней и внешней среде (как в рамках деятельности подразделения, так и при реализации авторских проектов).	-
ПК-5	Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке)	-
ИПК 5.1	Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта.	-
ИПК 5.2	Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.	-
ИПК 5.3	Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.	-
ПК-6	Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций	-
ИПК 6.1	Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	-
ИПК 6.2	Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность)	-
ИПК 6.3	Владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.	-

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б1.0	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б1.0.01	Общеуниверситетский модуль: Лидерство, командообразование и межкультурное взаимодействие	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИУК 5.1; ИУК 5.2
Б1.0.01.01	Лидерство и руководство командной работой	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3
Б1.0.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3
Б1.0.01.03	Межкультурное взаимодействие	ИУК 5.1; ИУК 5.2
Б1.0.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3
Б1.0.03	Антропология и семиотика цифровых коммуникаций	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3
Б1.0.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3
Б1.0.05	Основы бренд-менеджмента	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.0.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.0.07	Событийные коммуникации брендов в интернет	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.0.08	Менеджмент on-line и off-line компаний по рекламе и связям с общественностью	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б1.0.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.0.10	Основы профессиональной деятельности	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б1.В.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 5.1
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 2.3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 4.1
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б1.В.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной траектории	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б1.В.04	Правовое регулирование новых медиа	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 6.2
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.04.02	Социальные медиа	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.В.ДВ.06.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б1.В.ДВ.06.02	Организационная диагностика	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б2.0	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
Б2.0.01	Учебная практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.0.01.01(У)	Ознакомительная практика	ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
Б2.0.01.02(У)	Технологическая практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.0.08	Производственная практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИУК 6.1; ИУК 6.2; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.0.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	ИУК 4.1; ИУК 4.2; ИУК 4.3; ИОПК 3.1; ИОПК 3.2; ИОПК 3.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3
Б2.0.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	ИУК 2.1; ИУК 2.2; ИУК 2.3; ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 1.1; ИОПК 1.2; ИОПК 1.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.0.08.03(П)	Педагогическая практика	ИУК 3.1; ИУК 3.2; ИУК 3.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3
Б2.0.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика	ИУК 1.1; ИУК 1.2; ИУК 1.3; ИОПК 7.1; ИОПК 7.2; ИОПК 7.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3
Б2.0.08.05(Пд)	Преддипломная практика	ИУК 5.1; ИУК 5.2; ИОПК 4.1; ИОПК 4.2; ИОПК 4.3; ИОПК 5.1; ИОПК 5.2; ИОПК 5.3; ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 1.1; ИПК 1.2; ИПК 1.3; ИПК 2.1; ИПК 2.2; ИПК 2.3; ИПК 3.1; ИПК 3.2; ИПК 3.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3; ИПК 6.1; ИПК 6.2; ИПК 6.3
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
БЗ	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
БЗ.01(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6
ФТД	Факультативные дисциплины	ОПК-2; ОПК-6; ПК-4; ПК-5
ФТД.01	"Ловцы человек" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	ИОПК 6.1; ИОПК 6.2; ИОПК 6.3; ИПК 5.1; ИПК 5.2; ИПК 5.3
ФТД.02	Основы SMM: тренды, аудитории, платформы	ИОПК 2.1; ИОПК 2.2; ИОПК 2.3; ИПК 4.1; ИПК 4.2; ИПК 4.3

№	Индекс	Наименование	Контроль	з.е.		Каф.	Семестр
				Всего	Неделя		
ИТОГО (с факультативами)				62	10 4/6		
ИТОГО по ОП (без факультативов)				60			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (зачед.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)						
	ОП, факультативы (в период за. сем.)						
	Аудиторная нагрузка						
	Контактная работа						
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			253.6	54	ТО: 31 1/6 Э: 5 1/2		
1	Б1.0.01	Общезиждовительный модуль: Лидерство, менеджмент и межкультурное взаимодействие		9			2
2	Б1.0.01.01	Лидерство и руководство командой		3		137	2
3	Б1.0.01.02	Профессиональная коммуникация на иностранном языке * Professional communication in a foreign language		3		142	2
4	Б1.0.01.03	Межкультурное взаимодействие		3		108	2
5	Б1.0.02	Философско-научные исследования цифрового сетевого общества	31.7	3		142	1
6	Б1.0.03	Антропология и семантика цифровых коммуникаций		2		142	1
7	Б1.0.04	Основы научных исследований в профессиональной сфере	31.7	3		142	2
8	Б1.0.05	Основы бренд-менеджмента		2		142	1
9	Б1.0.06	Рекламные и PR-тексты как инструменты бренд-менеджмента		2		142	2
10	Б1.0.07	Событийные коммуникации брендов в интернет		2		142	2
11	Б1.0.08	Менеджмент on-line и off-line каналов по рекламе и связи с общественностью		2		142	1
12	Б1.0.09	Интегрированные маркетинговые коммуникации в бренд-менеджменте	31.7	3		142	1
13	Б1.0.10	Основы профессиональной деятельности		2		142	1
14	Б1.8.01	Профессиональные компетенции в высшей школе	31.7	4		142	2
15	Б1.8.ДВ.01.01	Инструменты интернет-маркетинга для управления брендом	31.7	3		142	1
16	Б1.8.ДВ.01.02	Организация предпринимательской деятельности	31.7	3		142	1
17	Б1.8.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising		2		142	23
18	Б1.8.ДВ.02.01	Коммуникационный менеджмент	31.7	3		168	1
19	Б1.8.ДВ.02.02	Русский язык и культура речи	31.7	3		168	1
20	Б1.8.03	Основы межкультурной деловой коммуникации on-line и off-line * Intercultural business communication	31.7	3		142	1
21	Б1.8.ДВ.03.01	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом		2		142	2
22	Б1.8.ДВ.03.02	Менеджмент профессиональной организации		2		142	2
23	Б1.8.04	Правовое регулирование новых медиа		2		142	1
24	Б1.8.ДВ.04.01	Технологии управления общественным мнением в новых медиа	31.7	3		142	2
25	Б1.8.ДВ.04.02	Социальные медиа	31.7	3		142	2
26	Б1.8.ДВ.05.01	Маркетинговые социологические исследования в брендинге		2		142	2
27	Б1.8.ДВ.05.02	Организационная диагностика		2		142	2
28	ЭГД.02	Основы SMM: тренды, аудитория, платформы		2		142	1
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ							
ПРАКТИКИ			(План)	6	4		
Б2.0.01.01(У)	Оказательная практика			3	2	142	1
Б2.0.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа			3	2	142	23
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)				
КАНИКУЛЫ				9			

№	Индекс	Наименование	Семестр
ИТОГО (с факультативами)			
ИТОГО по ОП (без факультативов)			
УЧЕБНАЯ НАГРУЗКА, (зачед.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)		
	ОП, факультативы (в период экз. сес.)		
	Аудиторная нагрузка		
	Контактная работа		
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)			
1	Б1.В.02	Деловые коммуникации в PR и рекламе * Business communications in PR and advertising	23
2	Б1.В.05	Плейсменеджмент и плейсмейкинг * Place-management and place-making	3
3	Б1.В.ДВ.05.01	Бренд города: лучшие мировые практики	3
4	Б1.В.ДВ.05.02	Мой друг – робот. Введение в социальную робототехнику	3
5	ФГ.Д.01	"Лидеры человека" или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании	3
ФОРМЫ КОНТРОЛЯ			
ПРАКТИКИ			(План)
	Б2.О.01.02(У)	Технологическая практика	3
	Б2.О.08.02(П)	Профессионально-творческая (проектно-технологическая) практика	3
	Б2.О.08.03(П)	Педагогическая практика	3
	Б2.О.08.01(Н)	Научно-исследовательская работа	23
	Б2.О.08.04(Н)	Научно-исследовательская практика	4
	Б2.О.08.05(Пд)	Преддипломная практика	4
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ			(План)
	Б3.01(Д)	Курсовая и процедура защиты и защита выпускной квалификационной работы	4
КАНИКУЛЫ			

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ 42.04.01 Цифровой бренд-менеджмент 2023

	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)				100	259	124	62	30	32	62	32	30
Итого по ОП (без факультативов)				96	249	120	60	28	32	60	30	30
Дисциплины (модули)	50%	50%	50%	60	120	60	54	25	29	6	6	
Обязательная часть				29	58	30	30	14	16			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений				30	62	30	24	11	13	6	6	
Практика	100%	0%	0%	30	120	54	6	3	3	48	24	24
Обязательная часть				30	54	54	6	3	3	48	24	24
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Государственная итоговая аттестация				6	9	6				6		6
Факультативные дисциплины				4	10	4	2	2		2	2	
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					52.5	-	47.5	58.5	-	47	
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					52.6	-	54	49.9	-	54	
	в период гос. экзаменов						-			-		
Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					19.8	-	19.8	19.8	-	19.4	
Суммарная контактная работа (акад. час)	Блок Б1					728.9	-	320.95	329.65	-	78.3	
	Блок Б2					32	-	4	4	-	16	8
	Блок Б3					4	-			-		4
	Блок ФТД					50.9	-	25.45		-	25.45	
	Итого по всем блокам					815.8	-	350.4	333.65	-	119.75	12
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕН (Эк)						8	5	3	1	1	
	ЗАЧЕТ (За)						15	6	9	4	4	
	ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)									4	2	2
Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					28.75%						
Объем обязательной части от общего объема программы (%)						70%						
Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						33.75%						