

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Московский государственный лингвистический университет"

План одобрен Ученым советом Университета
Протокол № 3 от 27.03.2019

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры



УТВЕРЖДАЮ

И.А. Краева
03 2019г.

Краева И.А.

39.04.01

Направление 39.04.01 Социология

Программа магистратуры: Социологический анализ маркетинговых и медийных коммуникаций
Кафедра: Социологии
Факультет: Институт международных отношений и социально-политических наук

Квалификация: магистр	
Программа подготовки: академическая магистратура	
Форма обучения: Очная	
Срок обучения: 2г	
+	Типы задач профессиональной деятельности
+	научно-исследовательский
+	социально-технологический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2019
Учебный год 2019-2020
Образовательный стандарт № 79 от 05.02.2018

СОГЛАСОВАНО

Проректор по образовательной деятельности *Л.А. Петручак* / Петручак Л.А./
Начальник УМУ *А.К. Жукова* / Жукова А.К./
Директор *А.Я. Касюк* / Касюк А.Я./
Зав. кафедрой *В.А. Лапшов* / Лапшов В.А./

Календарный учебный график

Мес	Сентябрь					Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август									
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31			
Нед	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			
I										*												Э	К				*								П	П	П	П	П																
														У	У	У	У					Э	Э	К									П	П	П	П	П	П					Э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	
																		*	*			Э	Э	К																															
																		*	*			Э	Э	К					*																										
																		*	*			Э	Э	К						*																									
II										*												Э	К																																
														П	П	П	П					Э	Э	К																															
																		*	*			Э	Э	К																															
																		*	*			Э	Э	К																															
																		*	*			Э	Э	К																															
																						К																																	

Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	
	Теоретическое обучение	14	12	26	14	10	24	50
Э	Экзаменационные сессии	2	2	4	2	2	4	8
У	Учебная практика	4		4				4
П	Производственная практика		6	6	4		4	10
Пд	Преддипломная практика				4		4	4
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы				4		4	4
К	Каникулы	1	8 5/6	9 5/6	1	8 5/6	9 5/6	19 4/6
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 2/6 (8 дн)	5/6 (5 дн)	2 1/6 (13 дн)	1 2/6 (8 дн)	5/6 (5 дн)	2 1/6 (13 дн)	4 2/6 (26 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.			более 39 нед.			
Итого		22 2/6	29 4/6	52	22 2/6	29 4/6	52	104
Студентов								
Групп								

Страница 1 из 2

Индекс	Наименование	Форма контроля			з.е.		Итого акад. часов					Курс 1										Курс 2										Закрепленная кафедра				
		Экзам мен	Зачет	Зачет оц.	Эксперт ное	Факт	По плану	Контакт часы	СР	Контр оль	Сем. 1					Сем. 2					Сем. 3					Сем. 4										
											з.е.	Лек	Пр	Сем	СР	Контр оль	з.е.	Лек	Пр	Сем	СР	Контр оль	з.е.	Лек	Пр	Сем	СР	Контр оль	з.е.	Лек	Пр	Сем	СР	Контр оль	Код	Наименование
Б3.О.01(Д)	Подготовка и защита выпускной квалификационной работы				6	6	216		216																				6				216		39	Социологии
					6	6	216		216																			6				216				
					6	6	216		216																			6				216				
ФТД. Факультативы																																				
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																																				
ФТД.В.01	Технологии использования больших данных (Big Data) в маркетинговых и медийных исследованиях		1		2	2	72	24	48		2	12	12		48																			39	Социологии	
ФТД.В.02	Современные методы контент-анализа маркетинговых и медийных коммуникаций		2		2	2	72	28	44								2	14	14		44													39	Социологии	
					4	4	144	52	92		2	12	12		48		2	14	14		44															
					4	4	144	52	92		2	12	12		48		2	14	14		44															

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; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.О	Обязательная часть	УК-1; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.О.01	Философия и методология социальных наук	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.О.02	Современные социологические теории (коммуникативные модели общества)	УК-1; УК-6; ОПК-3
Б1.О.03	Социология коммуникативных систем	УК-1; УК-4; УК-5; ОПК-1; ПК-3
Б1.О.04	Социология рекламной деятельности	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.О.05	Обработка и анализ данных социальных исследований	ОПК-1; ОПК-3
Б1.О.06	Теория и практика связей с общественностью	УК-1; УК-5; ОПК-1; ПК-1; ПК-2
Б1.О.07	Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации	УК-4; УК-5
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; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.В.01	Онлайн-исследования в социологии	ОПК-1; ПК-1; ПК-2
Б1.В.02	Потребительское поведение населения: методология изучения и анализа	УК-5; ОПК-3; ПК-3
Б1.В.03	Социоллингвистика	УК-4; УК-5; ОПК-1
Б1.В.04	Теория и практика работы с персоналом	УК-3; УК-5; УК-6; ОПК-3
Б1.В.05	Методология и методика создания и продвижения бренда	УК-4; УК-5; ПК-2
Б1.В.06	Социальное прогнозирование и проектирование	УК-2; ОПК-3
Б1.В.07	Практика оформления и представления результатов социологических исследований	ОПК-2
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.01.01	Современные методы социологических исследований в медиасфере	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.01.02	Современные методы социологических исследований в маркетинге	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.02.01	Теория и практика медиаизмерений и медиапланирования	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.02.02	Исследовательский практикум "Современные методы и техники сбора и обработки маркетинговой информации"	УК-1; ОПК-2; ОПК-3
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ОПК-1; ПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.03.01	Анализ рекламы и интернет-коммуникаций средствами веб-аналитики	ОПК-1; ПК-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.03.02	Сегментация рынка с помощью IBM SPSS Statistics	ОПК-1; ПК-3
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	УК-4; ОПК-3; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.01	Научно-исследовательский семинар «Коммуникации в медиасфере»	УК-4; ОПК-3; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.02	Научно-исследовательский семинар «Маркетинговые коммуникации»	УК-4; ОПК-3; ПК-2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план магистратуры '39.04.01 Социология 2019.plx', код направления 39.04.01, год начала подготовки 2019

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	УК-1; УК-2; ОПК-4
Б1.В.ДВ.05.01	Стратегическое планирование, экспертиза, консалтинг в медиасфере и маркетинге	УК-1; УК-2; ОПК-4
Б1.В.ДВ.05.02	Управление медийной и маркетинговой деятельностью	УК-1; УК-3; ПК-4
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О.01(У)	Учебная практика (научно-исследовательская работа)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О.02(П)	Производственная практика (научно-исследовательская)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О.03(П)	Производственная практика (проектно-технологическая)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О.04(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	
Б3	Государственная итоговая аттестация	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б3.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б3.О.01(Д)	Подготовка 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; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
ФТД	Факультативы	ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3
ФТД.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3
ФТД.В.01	Технологии использования больших данных (Big Data) в маркетинговых и медийных исследованиях	ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3
ФТД.В.02	Современные методы контент-анализа маркетинговых и медийных коммуникаций	ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3

	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)				96	149	124	64	32	32	60	30	30
Итого по ОП (без факультативов)				96	139	120	60	30	30	60	30	30
Дисциплины (модули)	44%	56%	53%	65	100	87	45	24	21	42	24	18
Обязательная часть				30	70	38	27	21	6	11	5	6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений				35	60	49	18	3	15	31	19	12
Практика	100%	0%	0%	25	30	27	15	6	9	12	6	6
Обязательная часть				25	30	27	15	6	9	12	6	6
Часть, формируемая участниками образовательных отношений												
Государственная итоговая аттестация				6	9	6				6		6
Обязательная часть				6	9	6				6		6
Факультативы					10	4	4	2	2			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений					10	4	4	2	2			
Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					38.67%						
Объём обязательной части от общего объёма программы						54.2%						
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					54.6	-	54	54	-	56	54
	ОП, факультативы (в период экз. сессий)					50.7	-	54	54	-	40.5	54
	в период гос. экзаменов						-			-		
	Контактная работа					18	-	18	18	-	18	18
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						8	4	4	7	3	4
	ЗАЧЕТЫ (За)						7	3	4	4	3	1
	ЗАЧЕТЫ С ОЦЕНКОЙ (ЗаО)						2	1	1	2	1	1