

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФГБОУ ВО "Брянский государственный университет имени академика И.Г.Петровского"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности

\_\_\_\_\_ А.И.Калоша

21 апреля 2026 г.

# УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

Кафедра: Русской, зарубежной литературы и массовых коммуникаций

Факультет: Филологический

Квалификация: магистр

Год начала подготовки (по учебному плану) \_\_\_\_\_

2026

Учебный год \_\_\_\_\_

2026-2027

Образовательный стандарт (ФГОС) \_\_\_\_\_

№ 528 от 08.06.2017

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

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
06.043	СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

СОГЛАСОВАНО

Декан \_\_\_\_\_

/ И.Н.Никитина /

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_

/ Е.В.Левичева /

Руководитель ОПОП \_\_\_\_\_

/ Е.Н.Якубенко /



План Учебный план магистратуры '42.04.01\_РиСовЦС\_1\_2026.plx', код направления 42.04.01, направленность (профиль) : Реклама и связи с общественностью в цифровой среде, год наче

Наименование	Формы пром. атт.			з.е.		Итого акад. часов						Курс 1										Курс 2										Закрепленная										
	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	Экспер тное	Факт	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семестр 1					Семестр 2					Семестр 3					Семестр 4															
												з.е.	Итого	Лек	Лаб	СемПр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	СемПр	СР	Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	СемПр	СР		Конт роль	з.е.	Итого	Лек	Лаб	СемПр	СР	Конт роль	Код	
<b>Блок 1. Дисциплины (модули)</b>				81	81	2916	2916	848	1672	396	172	27	972	128		160	540	144	21	756	84		144	420	108	20	720	70	20	90	432	108	13	468	56		96	280	36			
<b>Обязательная часть</b>				41	41	1476	1476	410	814	252	52	14	504	64		96	272	72	17	612	60		120	324	108	10	360	20	20	30	218	72										
<b>Модуль "Социально-гуманитарный"</b>	13	1122		15	15	540	540	188	280	72		8	288	48		48	156	36	4	144	24		48	72	3	108			20	52	36											
Методология и методы научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью		1		2	2	72	72	32	40			2	72	16		16	40																							8		
Теория массовых коммуникаций	1			4	4	144	144	32	76	36		4	144	16		16	76	36																						8		
Организация командной работы и лидерство		1		2	2	72	72	32	40			2	72	16		16	40																							44		
Филологическое обеспечение Интернет-рекламы, продвижения продуктов и услуг в сети Интернет		2		2	2	72	72	36	36									2	72	12		24	36																8			
История и философия науки	3	2		5	5	180	180	56	88	36								2	72	12		24	36		3	108			20	52	36								1			
<b>Модуль "Новые форматы межкультурной коммуникации"</b>	12	12		11	11	396	396	112	212	72		6	216	16		48	116	36	5	180	12		36	96	36																	
Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации	2	1		5	5	180	180	56	88	36		2	72			32	40		3	108			24	48	36														12			
Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху Интернета	1			4	4	144	144	32	76	36		4	144	16		16	76	36																						8		
Цифровая культурная политика в сетевом обществе		2		2	2	72	72	24	48									2	72	12		12	48																	8		
<b>Модуль "Цифровой менеджмент в управлении коммуникационными проектами в цифровой среде"</b>	223	3		15	15	540	540	110	322	108	52							8	288	24		36	156	72	7	252	20	20	10	166	36											
Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью в цифровой среде	2			4	4	144	144	24	84	36	12							4	144	12		12	84	36															8			
Управление и бизнес-планирование коммуникационными проектами в цифровой среде	2			4	4	144	144	36	72	36	10							4	144	12		24	72	36															8			
Разработка и реализация медиаконтента	3			4	4	144	144	30	78	36	10														4	144	20		10	78	36									8		
Информационные технологии в профессиональной деятельности		3		3	3	108	108	20	88		20														3	108		20												18		
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>				40	40	1440	1440	438	858	144	120	13	468	64		64	268	72	4	144	24		24	96	10	360	50		60	214	36	13	468	56		96	280	36				
<b>Модуль "Стратегическое планирование Интернет-кампаний"</b>	113	1234		20	20	720	720	210	402	108	46	10	360	48		48	192	72	2	72	12		12	48	6	216	20		30	130	36	2	72	16		24	32					
Бренд-менеджмент в цифровой среде		1		2	2	72	72	32	40		8	2	72	16		16	40																							8		
Диджитал-маркетинг	1			4	4	144	144	32	76	36	8	4	144	16		16	76	36																						8		
Технологии рекламы и связей с общественностью в современной цифровой среде	1			4	4	144	144	32	76	36	8	4	144	16		16	76	36																					8			
Правовое обоснование рекламы и связей с общественностью в современной цифровой среде		2		2	2	72	72	24	48									2	72	12		12	48																8			
Web-дизайн как инструмент разработки и реализации web-сайта	3			4	4	144	144	30	78	36	10													4	144	10		20	78	36									8			
Исследования социальных сетей и мессенджеров		3		2	2	72	72	20	52		4														2	72	10		10	52										8		
Креативные цифровые сервисы в рекламе и связях с общественностью		4		2	2	72	72	40	32		8																									2	72	16		24	32	8
<b>Модуль "Рекламные и PR-коммуникации в организации и управлении"</b>		12334	4	13	13	468	468	148	320		64	3	108	16		16	76		2	72	12		12	48	4	144	30		30	84		4	144				32	112				
Современная корпоративная и PR-культура организации	1			3	3	108	108	32	76			3	108	16		16	76																							8		
Управление информационным агентством, дизайн- и web-студией и пресс-службой организаций		2		2	2	72	72	24	48		12							2	72	12		12	48																8			
Управление репутацией в онлайн среде		3		2	2	72	72	40	32		10														2	72	20		20	32										8		
Стратегическое управление Интернет-кампанией и коммуникационным проектом		3		2	2	72	72	20	52		10														2	72	10		10	52										8		
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.02.ДВ.01</b>	4			2	2	72	72	16	56		16																								2	72		16	56			
Профессиональный практикум по разработке корпоративных порталов, интранетов и корпоративных медиа		4		2	2	72	72	16	56		16																								2	72		16	56	8		
Профессиональный практикум по разработке и проведению корпоративных видеоконференций и вебинаров		4		2	2	72	72	16	56		16																								2	72		16	56	8		
<b>Дисциплины по выбору Б1.В.02.ДВ.02</b>	4			2	2	72	72	16	56		16																								2	72		16	56			



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
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
Б1.0.01	Модуль "Социально-гуманитарный"	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.01.01	Методология и методы научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.01.02	Теория массовых коммуникаций	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3
Б1.0.01.03	Организация командной работы и лидерство	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3
Б1.0.01.04	Филологическое обеспечение Интернет-рекламы, продвижения продуктов и услуг в сети Интернет	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.01.05	История и философия науки	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4
Б1.0.02	Модуль "Новые форматы межкультурной коммуникации"	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3
Б1.0.02.01	Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации	УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3
Б1.0.02.02	Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху Интернета	ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3
Б1.0.02.03	Цифровая культурная политика в сетевом обществе	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3
Б1.0.03	Модуль "Цифровой менеджмент в управлении коммуникационными проектами в цифровой среде"	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.03.01	Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью в цифровой среде	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3
Б1.0.03.02	Управление и бизнес-планирование коммуникационными проектами в цифровой среде	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.03.03	Разработка и реализация медиаконтента	ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б1.0.03.04	Информационные технологии в профессиональной деятельности	УК-4.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б1.В.01	Модуль "Стратегическое планирование Интернет-кампаний"	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.2; УК-4.2; УК-5.1; УК-5.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.01.01	Бренд-менеджмент в цифровой среде	УК-2.1; УК-5.1; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.01.02	Диджитал-маркетинг	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-4.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.01.03	Технологии рекламы и связей с общественностью в современной цифровой среде	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.01.04	Правовое обоснование рекламы и связей с общественностью в современной цифровой среде	УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-3.2; УК-5.2; ПК-3.1; ПК-3.2
Б1.В.01.05	Web-дизайн как инструмент разработки и реализации web-сайта	УК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.01.06	Исследования социальных сетей и мессенджеров	УК-1.1; УК-1.3; УК-1.4; УК-4.2; ПК-1.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.01.07	Креативные цифровые сервисы в рекламе и связях с общественностью	УК-4.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.02	Модуль "Рекламные и PR-коммуникации в организации и управления"	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.02.01	Современная корпоративная и PR-культура организации	УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.3
Б1.В.02.02	Управление информационным агентством, дизайн- и web-студией и пресс-службой организаций	ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3
Б1.В.02.03	Управление репутацией в онлайн среде	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.02.04	Стратегическое управление Интернет-компанией и коммуникационным проектом	ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.02.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.02.ДВ.01	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.02.ДВ.01.01	Профессиональный практикум по разработке корпоративных порталов, интранетов и корпоративных медиа	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.02.ДВ.01.02	Профессиональный практикум по разработке и проведению корпоративных видеоконференций и вебинаров	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б1.В.02.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.02.ДВ.02	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.02.ДВ.02.01	Профессиональный практикум по разработке стратегии продвижения бизнеса с использованием цифровых коммуникаций и технологий	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.02.ДВ.02.02	Профессиональный практикум по разработке корпоративного блога	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03	Модуль "Реклама и связи с общественностью в госуправлении и мировом пространстве в условиях цифровой среды"	УК-4.1; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03.01	Реклама и связи с общественностью на международном рекламном рынке и в сфере PR. Цифровые форматы и средства	УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03.02	Реклама и связи с общественностью в формировании имиджа политической элиты в цифровой среде	УК-5.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.03.ДВ.01	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03.ДВ.01.01	Цифровой политический маркетинг	ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б1.В.03.ДВ.01.02	Интернет-маркетинг в сфере мировой культуры	УК-4.1; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2	Практика	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4
Б2.О	Обязательная часть	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-3
Б2.О.01(П)	Производственная практика (научно-исследовательская практика)	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3
Б2.О.02(П)	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2.В.01(П)	Производственная практика (проектно-технологическая практика)	УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.В.02(П)	Производственная практика (информационно-аналитическая практика)	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.2; УК-5.1; УК-5.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б2.В.03(П)	Производственная практика (преддипломная практика)	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-4.2; УК-5.1; УК-5.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3
Б3	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
Б3.01	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
ФТД	Факультативы	УК-1; ОПК-4
ФТД.01	Основы коммуникологии	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3
ФТД.02	Государственная политика в области противодействия коррупции	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4

		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)				97		123	62	29	33	61	29	32
	Итого по ОП (без факультативов)				96		120	60	27	33	60	29	31
Б1	Дисциплины (модули)	51%	49%	15%	60		81	48	27	21	33	20	13
Б1.О	Обязательная часть						41	31	14	17	10	10	
Б1.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						40	17	13	4	23	10	13
Б2	Практика	55%	45%	0%	30		33	12		12	21	9	12
Б2.О	Обязательная часть						18	12		12	6		6
Б2.В	Часть, формируемая участниками образовательных отношений						15				15	9	6
Б3	Государственная итоговая аттестация				6	9	6				6		6
ФТД	Факультативы				1		3	2	2		1		1
	Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы (в период ТО)					52.3	-	53	49.9	-	54	52
		ОП, факультативы (в период экз. сессий)					37.2	-	36	54	-	29.5	36
	Контактная работа в период ТО (акад.час/нед)	ОП					16.9	-	17	17.6	-	15.9	16.9
	Обязательные формы промежуточной аттестации	ЭКЗАМЕН (Эк)						7	4	3	4	3	1
		ЗАЧЕТ (За)						10	5	5	9	4	5
	Процент ... занятий от аудиторных (%)	лекционных					39.86%						
	Объём обязательной части от общего объёма программы (%)						49.2%						
	Объём конт. работы от общего объёма времени на реализацию дисциплин (модулей) (%)						29.08%						