

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
"Российский государственный гуманитарный университет"
(ФГБОУ ВО "РГГУ")

Институт массмедиа и рекламы

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 07 от 16.04.2024

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ А.Б. Безбородов

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

" " 20 г.

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа магистратуры: Брендинг и деловая репутация / Branding and Goodwill (на английском языке)
Кафедра: Брендинга и визуальных коммуникаций
Факультет: рекламы и связей с общественностью

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

Год начала подготовки (по учебному плану) _____

2024

Учебный год _____

2024-2025

Образовательный стандарт (ФГОС) _____

№ 528 от 08.06.2017

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе _____

/ П.П. Шкаренков/

Начальник Учебно-методического управления _____

/ В.И. Маколов/

Декан _____

/ А.Л. Абзев/

Руководитель ОП _____

/ В.Д. Секерин/

-	-	-	Формы пром. атт.				з.е.		Итого акад. часов							Курс 1		Курс 2		
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Экспертное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	Семест р 1	Семест р 2	Семест р 3	Семест р 4	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	810	810	1854	252		23	17	30	11
Обязательная часть								32	32	1152	1152	320	320	724	108		20	9	3	
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура / Research Methodology and Academic Culture		1			2	2	72	72	20	20	52		2					
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Foreign Language in Professional Activity	1				3	3	108	108	30	30	60	18	3					
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие / Intercultural Interaction		2			2	2	72	72	20	20	52			2				
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки / Methodological Problems of Modern Science	1				3	3	108	108	30	30	60	18	3					
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии / Information Technology Innovations in the Communication Industry			1		3	3	108	108	30	30	78		3					
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии / Applied Telecommunications Technology	2				3	3	108	108	30	30	60	18		3				
+	Б1.О.07	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности / Technologies of Advertising and Public Relations in Various Activities			1		3	3	108	108	30	30	78		3					
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента / Content Development and Promotion	1				3	3	108	108	30	30	60	18	3					
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии / Development and Implementation of Communication Strategy			1		3	3	108	108	30	30	78		3					
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний / Planning and Implementation of Communication Campaigns	2				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами / Communication Project Management	3				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								49	49	1764	1764	490	490	1130	144		3	8	27	11
+	Б1.В.01	Технологии брендинга / Branding Technologies	2				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.В.02	Корпоративная культура и деловая репутация / Corporate Culture and Business Reputation			1		3	3	108	108	30	30	78		3					
+	Б1.В.03	Актуальные тенденции семиосферы рекламы / Current Trends in the Semiosphere of Advertising	2				4	4	144	144	40	40	86	18		4				
+	Б1.В.04	Алгоритм написания научной работы / Algorithm for Writing a Scientific Work			3		3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.05	Оценка стоимости бренда / Brand Value Assessment	3				5	5	180	180	50	50	112	18			5			
+	Б1.В.06	Имиджевые технологии в бизнес-коммуникациях / Image Technologies in Business Communications	3				3	3	108	108	30	30	60	18			3			
+	Б1.В.07	Брендинг территорий / Territory Branding		3			3	3	108	108	30	30	78				3			
+	Б1.В.08	Эффективность рекламы и связей с общественностью / Effectiveness of Advertising and Public Relations	3				4	4	144	144	40	40	86	18			4			

+	Б1.В.09	Управление интернет-коммуникациями бренда / Brand Internet Communications Management	4			4	4	144	144	40	40	86	18				4	
+	Б1.В.10	Стратегии формирования репутации / Reputation Building Strategies	4			4	4	144	144	40	40	86	18				4	
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Современная виртуалистика / Modern Virtualistics		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Современное экспериментальное искусство и его влияние на рекламу / Contemporary Experimental Art and Its Impact on Advertising		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)		3		3	3	108	108	30	30	60	18			3		
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Визуальные коммуникации в цифровой среде / Visual Communications in the Digital Environment		3		3	3	108	108	30	30	60	18			3		
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Визуальность в современной массовой культуре / Visuality in Modern Popular Culture		3		3	3	108	108	30	30	60	18			3		
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)		4		3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Нейромаркетинговые технологии / Neuromarketing Technologies		4		3	3	108	108	30	30	78				3		
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Антикризисные коммуникации / Anti-crisis Communications		4		3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.ДЭ.04	Элективные дисциплины (модули)		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.ДЭ.04.01	Режиссерская видеореклама в контексте кино и визуальных искусств / Directed Video Advertising in the Context of Cinema and Visual Arts		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
-	Б1.В.ДЭ.04.02	Киноискусство как коммуникативная система / Film Art as a Communicative System		3		3	3	108	108	30	30	78				3		
Блок 2.Практика						30	30	1080	1080	40		1040		1080		15	6	9
Обязательная часть						9	9	324	324	12		312		324		9		
+	Б2.О.01(П)	Производственная практика (Профессионально-творческая практика) / Professional Creative Practice		2		9	9	324	324	12		312		324		9		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						21	21	756	756	28		728		756		6	6	9
+	Б2.В.01(П)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)/ Research Work		23		12	12	432	432	16		416		432		6	6	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика) / Pre-Diploma Practice		4		9	9	324	324	12		312		324				9
Блок 3.Государственная итоговая аттестация						9	9	324	324	16		308						9
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена / Preparation and Passing the State Exam				3	3	108	108	0.5		107.5					3	
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работе / Preparation and Defense of the Final Qualifying Work				6	6	216	216	15.5		200.5					6	
ФТД.Факультативные дисциплины (модули)						2	2	72	72	20	20	52				2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений						2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)		2		2	2	72	72	20	20	52				2		
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве		2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации		2		2	2	72	72	20	20	52				2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления		2		2	2	72	72	20	20	52				2		

-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент		2			2	2	72	72	20	20	52				2		
---	----------------	---	--	---	--	--	---	---	----	----	----	----	----	--	--	--	---	--	--