

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

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ А.Б. Безбородов

" " 20 г.

по программе магистратуры

42.04.01

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью
(профиль):
Кафедра: Современного Востока и Африки
Факультет: рекламы и связей с общественностью

Квалификация: магистр

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 2 г.

Типы задач профессиональной деятельности

авторский

организационно-управленческий

проектно-аналитический

научно-исследовательский

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. Макалов/

Декан

_____ / А.Л. Абаев/

Руководитель ОП

_____ / Ю.Ю. Шитова/

-	-	-	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	1836	270		29	15	23	14
Обязательная часть								34	34	1224	1224	340	340	776	108		20	9	5	
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1				2	2	72	72	20	20	52		2				
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1					3	3	108	108	30	30	60	18	3				
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие		2				2	2	72	72	20	20	52			2			
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки	1					3	3	108	108	30	30	60	18	3				
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1			3	3	108	108	30	30	78		3				
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии	2					3	3	108	108	30	30	60	18		3			
+	Б1.О.07	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1			3	3	108	108	30	30	78		3				
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента	1					3	3	108	108	30	30	60	18	3				
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			1			3	3	108	108	30	30	78		3				
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2					4	4	144	144	40	40	86	18		4			
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами	3					5	5	180	180	50	50	112	18			5		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								47	47	1692	1692	470	470	1060	162		9	6	18	14
+	Б1.В.01	Управление потребительским поведением			1			3	3	108	108	30	30	78		3				
+	Б1.В.02	Контекстная реклама			3			3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.03	Продвижение бренда в социальных сетях			3			3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.04	Прикладная рекламная аналитика и предпринимательство	2					3	3	108	108	30	30	60	18		3			
+	Б1.В.05	Цифровое медиапланирование	3					3	3	108	108	30	30	60	18			3		
+	Б1.В.06	Бренд-менеджмент	2					3	3	108	108	30	30	60	18		3			
+	Б1.В.07	Управление интернет-коммуникациями бренда	4					3	3	108	108	30	30	60	18				3	
+	Б1.В.08	Современная корпоративная культура организации	4					3	3	108	108	30	30	60	18				3	
+	Б1.В.09	Защита данных и конфиденциальность в рекламе	3					3	3	108	108	30	30	60	18			3		
+	Б1.В.10	Управление фирменным стилем	3					3	3	108	108	30	30	60	18			3		
+	Б1.В.11	Креативные цифровые сервисы в рекламе			3			3	3	108	108	30	30	78				3		
+	Б1.В.12	Основы научных исследований в профессиональной сфере	1					3	3	108	108	30	30	60	18	3				
+	Б1.В.13	SEO-оптимизация сайта			1			3	3	108	108	30	30	78		3				
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)			4			3	3	108	108	30	30	78					3	
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Оценка эффективности коммуникационных кампаний			4			3	3	108	108	30	30	78					3	
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Методы измерений в статистических пакетах			4			3	3	108	108	30	30	78					3	
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)			4			2	2	72	72	20	20	52					2	
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Разработка коммуникационной стратегии (на английском языке)			4			2	2	72	72	20	20	52					2	

-	Б1.В.ДЭ.02.02	Веб-дизайн		4			2	2	72	72	20	20	52					2	
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)	4				3	3	108	108	30	30	60	18				3	
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Исследование социальных сетей	4				3	3	108	108	30	30	60	18				3	
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Управление инструментами директ-маркетинга	4				3	3	108	108	30	30	60	18				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)			2		9	9	324	324	12		312		<u>324</u>		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)			23		12	12	432	432	16		416		<u>432</u>		6	6	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			4		9	9	324	324	12		312		<u>324</u>			9	
Блок 3.Государственная итоговая аттестация							9	9	324	324	16		308						9
+	Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					3	3	108	108	0.5		107.5					3	
+	Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					6	6	216	216	15.5		200.5					6	
ФТД.Факультативы							2	2	72	72	20	20	52					2	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД							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		