

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

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ А.Б. Безбородов

" " 20 г.

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 07 от 16.04.2024

УЧЕБНЫЙ ПЛАН

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: Заочная

Срок получения образования: 2 г. 4 м.

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	Курс 3	
			Экза мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Экспер тное	По плану	Конт. раб.	Ауд.	СР	Конт роль	Пр. подгот	з.е. на курсе	з.е. на курсе	з.е. на курсе	
Считать в плане	Индекс	Наименование																	
Блок 1.Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	324	324	2457	135		35	31	15
Обязательная часть								34	34	1224	1224	136	136	1034	54		20	10	4
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура		1				2	2	72	72	8	8	64			2		
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие		1				2	2	72	72	8	8	64			2		
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии			1			3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.О.07	Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах деятельности			1			3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии			2			3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	2					4	4	144	144	16	16	119	9		1	3	
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами	3					5	5	180	180	20	20	151	9			1	4
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								47	47	1692	1692	188	188	1423	81		15	21	11
+	Б1.В.01	Бренд-менеджмент	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.В.02	Управление потребительским поведением			1			3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.03	Контекстная реклама			2			3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.04	Продвижение бренда в социальных сетях			2			3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.05	Прикладная рекламная аналитика и предпринимательство	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.В.06	Цифровое медиапланирование	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.07	Управление интернет-коммуникациями бренда	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.08	Современная корпоративная культура организации	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.09	Защита данных и конфиденциальность в рекламе	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.10	Управление фирменным стилем	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.11	Креативные цифровые сервисы в рекламе			3			3	3	108	108	12	12	96					3
+	Б1.В.12	Основы научных исследований в профессиональной сфере	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.В.13	SEO-оптимизация сайта			1			3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)			3			3	3	108	108	12	12	96					3
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Оценка эффективности коммуникационных кампаний			3			3	3	108	108	12	12	96					3
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Методы измерений в статистических пакетах			3			3	3	108	108	12	12	96					3
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)			3			2	2	72	72	8	8	64					2
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Разработка коммуникационной стратегии (на английском языке)			3			2	2	72	72	8	8	64					2
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Веб-дизайн			3			2	2	72	72	8	8	64					2

+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)	3				3	3	108	108	12	12	87	9				3
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Исследование социальных сетей	3				3	3	108	108	12	12	87	9				3
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Управление инструментами директ-маркетинга	3				3	3	108	108	12	12	87	9				3
Блок 2.Практика							30	30	1080	1080	38		1042		1080	11	19	
Обязательная часть							9	9	324	324	12		312		324	9		
+	Б2.О.01(П)	Производственная практика (Профессионально-творческая практика)			1		9	9	324	324	12		312		324	9		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							21	21	756	756	26		730		756	2	19	
+	Б2.В.01(П)	Производственная практика (Научно-исследовательская работа)			12		12	12	432	432	14		418		432	2	10	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			2		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					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.Факультативные дисциплины (модули)							2	2	72	72	8	8	64				2	
Часть, формируемая участниками образовательных отношений блока ФТД							2	2	72	72	8	8	64				2	
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)			1		2	2	72	72	8	8	64				2	
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			1		2	2	72	72	8	8	64				2	
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			1		2	2	72	72	8	8	64				2	
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления			1		2	2	72	72	8	8	64				2	
-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			1		2	2	72	72	8	8	64				2	