

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 Управление брендом в рекламе и связях с общественностью
(профиль):
Кафедра: Интегрированных коммуникаций и рекламы
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

_____ / А.Л. Абаев/

-	-	-	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	2466	126		36	43	2
Обязательная часть								32	32	1152	1152	128	128	970	54		20	10	2
+	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					3	3	108	108	12	12	87	9			1	2
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								49	49	1764	1764	196	196	1496	72		16	33	
+	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	Исследования в брендинге	1					3	3	108	108	12	12	87	9		3		
+	Б1.В.04	Креативный копирайтинг		1				3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.05	Медиалогия			1			3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.06	Интегрированные бренд-коммуникации	2					3	3	108	108	12	12	87	9		1	2	
+	Б1.В.07	Управление имиджем бренда	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.08	Алгоритм написания научной работы			2			3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.09	Управление коммуникационным агентством		2				3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.10	Стратегическое планирование в брендинге	2					4	4	144	144	16	16	119	9			4	
+	Б1.В.11	Управление интернет-коммуникациями бренда	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.12	Современная корпоративная культура организации	2					3	3	108	108	12	12	87	9			3	
+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)		2				3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Переговорный процесс и управление конфликтами		2				3	3	108	108	12	12	96				3	
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Нейромаркетинговые технологии		2				3	3	108	108	12	12	96				3	
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)	2					3	3	108	108	12	12	87	9				3
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Международный маркетинг (реализуется на английском языке)	2					3	3	108	108	12	12	87	9				3
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Управление фирменным стилем	2					3	3	108	108	12	12	87	9				3
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)		2				3	3	108	108	12	12	96					3
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Антикризисные коммуникации		2				3	3	108	108	12	12	96					3

-	Б1.В.ДЭ.03.02	Аудит бренда			2		3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.ДЭ.04	Элективные дисциплины (модули)			2		3	3	108	108	12	12	96			3		
-	Б1.В.ДЭ.04.01	Продвижение бренда в социальных сетях			2		3	3	108	108	12	12	96			3		
+	Б1.В.ДЭ.04.02	Брендинг территорий			2		3	3	108	108	12	12	96			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)			1		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)			12		12	12	432	432	16		416		<u>432</u>	6	6	
+	Б2.В.02(П)	Производственная практика (Преддипломная практика)			3		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.Факультативные дисциплины							2	2	72	72	8	8	64			2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							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		