

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: Очно-заочная

Срок получения образования: 2 г. 4 м.

Типы задач профессиональной деятельности

организационно-управленческий

проектно-аналитический

Год начала подготовки (по учебному плану) 2024
Учебный год 2023-2024
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		Курс 3		
			Экзам	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	Семест р 5	Семест р 6	
Считать в плане	Индекс	Наименование													з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.	з.е.		
Блок 1. Дисциплины (модули)								81	81	2916	2916	648	648	2016	252		18	18	19	23	3	
Обязательная часть								32	32	1152	1152	256	256	788	108		15	10	4	3		
+	Б1.О.01	Методология исследовательской деятельности и академическая культура / Research Methodology and Academic Culture		2				2	2	72	72	16	16	56			2					
+	Б1.О.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности / Foreign Language in Professional Activity	1					3	3	108	108	24	24	66	18		3					
+	Б1.О.03	Межкультурное взаимодействие / Intercultural Interaction		2				2	2	72	72	16	16	56		2						
+	Б1.О.04	Методологические проблемы современной науки / Methodological Problems of Modern Science	1					3	3	108	108	24	24	66	18		3					
+	Б1.О.05	Информационно-технологические инновации в коммуникативной индустрии / Information Technology Innovations in the Communication Industry			1			3	3	108	108	24	24	84			3					
+	Б1.О.06	Прикладные телекоммуникационные технологии / Applied Telecommunications Technology	2					3	3	108	108	24	24	66	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	24	24	84			3					
+	Б1.О.08	Разработка и продвижение контента / Content Development and Promotion	1					3	3	108	108	24	24	66	18		3					
+	Б1.О.09	Разработка и реализация коммуникационной стратегии / Development and Implementation of Communication Strategy			2			3	3	108	108	24	24	84			3					
+	Б1.О.10	Планирование и реализация коммуникационных кампаний / Planning and Implementation of Communication Campaigns	3					4	4	144	144	32	32	94	18			4				
+	Б1.О.11	Управление коммуникационными проектами / Communication Project Management	4					3	3	108	108	24	24	66	18				3			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								49	49	1764	1764	392	392	1228	144		3	8	15	20	3	
+	Б1.В.01	Технологии брендинга / Branding Technologies	2					4	4	144	144	32	32	94	18		4					
+	Б1.В.02	Корпоративная культура и деловая репутация / Corporate Culture and Business Reputation			1			3	3	108	108	24	24	84			3					
+	Б1.В.03	Актуальные тенденции семиосферы рекламы / Current Trends in the Semiosphere of Advertising	2					4	4	144	144	32	32	94	18		4					
+	Б1.В.04	Алгоритм написания научной работы / Algorithm for Writing a Scientific Work			3			3	3	108	108	24	24	84				3				
+	Б1.В.05	Оценка стоимости бренда / Brand Value Assessment	3					5	5	180	180	40	40	122	18			5				
+	Б1.В.06	Имиджевые технологии в бизнес-коммуникациях / Image Technologies in Business Communications	3					3	3	108	108	24	24	66	18			3				
+	Б1.В.07	Брендинг территорий / Territory Branding		4				3	3	108	108	24	24	84					3			
+	Б1.В.08	Эффективность рекламы и связей с общественностью / Effectiveness of Advertising and Public Relations	3					4	4	144	144	32	32	94	18			4				
+	Б1.В.09	Управление интернет-коммуникациями бренда / Brand Internet Communications Management	4					4	4	144	144	32	32	94	18				4			
+	Б1.В.10	Стратегии формирования репутации / Reputation Building Strategies	4					4	4	144	144	32	32	94	18				4			

+	Б1.В.ДЭ.01	Элективные дисциплины (модули)			5			3	3	108	108	24	24	84					3		
+	Б1.В.ДЭ.01.01	Современная виртуалистика / Modern Virtualistics			5			3	3	108	108	24	24	84					3		
-	Б1.В.ДЭ.01.02	Современное экспериментальное искусство и его влияние на рекламу / Contemporary Experimental Art and Its Impact on Advertising			5			3	3	108	108	24	24	84					3		
+	Б1.В.ДЭ.02	Элективные дисциплины (модули)			4			3	3	108	108	24	24	66	18				3		
+	Б1.В.ДЭ.02.01	Визуальные коммуникации в цифровой среде / Visual Communications in the Digital Environment			4			3	3	108	108	24	24	66	18				3		
-	Б1.В.ДЭ.02.02	Визуальность в современной массовой культуре / Visuality in Modern Popular Culture			4			3	3	108	108	24	24	66	18				3		
+	Б1.В.ДЭ.03	Элективные дисциплины (модули)			4			3	3	108	108	24	24	84					3		
+	Б1.В.ДЭ.03.01	Нейромаркетинговые технологии / Neuromarketing Technologies			4			3	3	108	108	24	24	84					3		
-	Б1.В.ДЭ.03.02	Антикризисные коммуникации / Anti-crisis Communications			4			3	3	108	108	24	24	84					3		
+	Б1.В.ДЭ.04	Элективные дисциплины (модули)			4			3	3	108	108	24	24	84					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			4			3	3	108	108	24	24	84					3		
-	Б1.В.ДЭ.04.02	Киноискусство как коммуникативная система / Film Art as a Communicative System			4			3	3	108	108	24	24	84					3		
Блок 2.Практика								30	30	1080	1080	40		1040		1080		6	6	9	9
Обязательная часть								9	9	324	324	12		312		324				9	
+	Б2.О.01(П)	Производственная практика (Профессионально-творческая практика) / Professional Creative Practice			4			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			5			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	16	16	56					2		
Часть, формируемая участниками образовательных отношений								2	2	72	72	16	16	56					2		
+	ФТД.В.ДЭ.01	Факультативные дисциплины (модули)			2			2	2	72	72	16	16	56					2		
+	ФТД.В.ДЭ.01.01	Правовая безопасность в информационном пространстве			2			2	2	72	72	16	16	56					2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.02	Визуальная культура XX – XXI вв.: подходы и интерпретации			2			2	2	72	72	16	16	56					2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.03	Современные тренды экономики потребления			2			2	2	72	72	16	16	56					2		
-	ФТД.В.ДЭ.01.04	Социальное предпринимательство и проектный менеджмент			2			2	2	72	72	16	16	56					2		